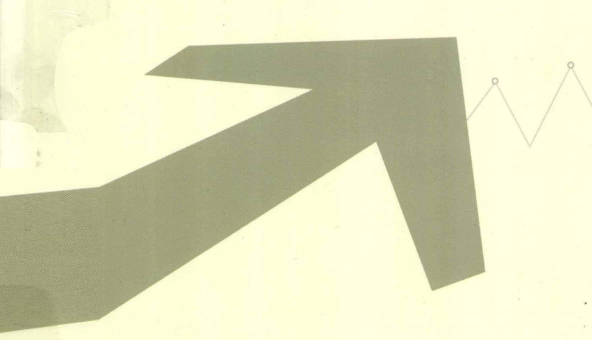
◎ 顾问 李毅中

消费品工业发展战略研究

Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

工业和信息化部消费品工业司
工业和信息化部电子科学技术情报研究所 编著





中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

建议上架：工业经济


ISBN 978-7-5136-0618-9

责任编辑：吴航斌
封面设计：陈天文

定价：56.00元

顾问　李毅中

消费品工业发展战略研究

工业和信息化部消费品工业司
工业和信息化部电子科学技术情报研究所　编著



图书在版编目（CIP）数据

消费品工业发展战略研究／工业和信息化部消费品工业司，工业和信息化部电子科学技术情报研究所编著．北京：中国经济出版社，2011.6

ISBN 978-7-5136-0618-9

Ⅰ．①消．．．Ⅱ．①工．．．②工．．．Ⅲ．①消费品工业－发展战略－研究－中国 Ⅳ．①F426.8

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第048932号

责任编辑 吴航斌
责任审读 贺 静
责任印制 常 毅
封面设计 陈天文

出版发行 中国经济出版社
印 刷 者 北京金特印刷有限公司
经 销 者 各地新华书店
开　　本 710mm × 1000mm 1/16
印　　张 11.5
字　　数 165千字
版　　次 2011年6月第1版
印　　次 2011年6月第1次
书　　号 ISBN 978-7-5136-0618-9／C · 143
定　　价 56.00元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街3号 邮编 100037

《消费品工业发展战略研究》

编委会

序　言

消费品工业涵盖轻工、纺织、食品和医药等工业门类，是国民经济和社会发展的基础性、民生性、支柱性、战略性产业。新中国成立后前30年，我国经过艰苦努力建立了较完整独立的消费品工业体系，大部分消费品实现了从无到有，保障了当时8亿人口的基本消费需求；改革开放以来30年，建立了市场化、国际化的消费品工业体系，消费品工业迅速发展，满足了13亿人口的温饱型小康需求和大部分居民的宽裕型小康需求，同时成为重要的出口产业。

工业和信息化部组建时，按照大部门制的要求，设置了消费品工业司，对与人民生活密切相关的消费品生产行业实行行业管理指导。对于消费品工业的行业内涵、历史、现状和未来发展，以及产业规划、政策、标准等，迫切需要诠释和研究，以引导全社会关注消费品工业，指导各地、各行业企业实施改造优化升级，谋划中长期发展。工业和信息化部消费品工业司联合电子科学技术情报研究所，在国务院政策研究室、商务部、国务院发展研究中心、中国社会科学院、国家发展和改革委员会宏观经济研究院、财政部财政科学研究所、商务部国际贸易经济合作研究院、中央党校、北京大学、北京邮电大学、对外经贸大学、中国农业大学、江南大学、中国轻工业联合会、中国纺织工业协会、中国食品工业协会等单位专家的帮助和支持下，历时近两年多研究形成了消费品工业发展战略研究报告。报告凝聚了众多位专家、学者和实际工作者的智慧，说明了消费品工业的内涵外延、地位作用、特征规律、历史成就以及发展的战略定位、目标任务、发展重点、行动计划等，内容丰富，资料翔实，对于各地编制消费品工业“十二五”规划，研究消费品工业发展思路，引导、指导消费品工业行业企业富有成效的实践，具有一定的参考价值。

“十二五”期间，要按照《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》首次提出的“改造提升消费品工业”的战略要求，加快转变发展方式，依靠科技创新、技术进步和技术改造，下功夫调整产业结构、组织结构和产品结构，增强有效供给和可持续发展能力，建立和完善结构科学、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳劳动力强的产业体系。未来10年，消费品工业要统筹行业特征和比较优势，继续大力发展轻工业和纺织工业，巩固并增强国际比较优势；大力发展医药工业和食品工业，增强质量安全保障能力和国际竞争能力。质量安全对消费品工业尤为重要，通过开发品种、提高质量、创新品牌、改善服务，不断满足人民日益增长的需要，提高人民的生活质量，引导消费，拉动发展。

经过编写组的努力，在课题研究基础上编写而成的《消费品工业战略研究》一书，现由中国经济出版社正式出版。相信本书对关心我国消费品工业发展的各界人士能够起到有益的参考作用。由于消费品工业行业众多，行业间发展水平差异大，需要进一步深入研究探讨的问题还很多，本书难免疏漏和不妥之处，敬请同行专家和实际工作者批评指正。

李毅中

二〇一一年四月

目录 Contents

目录
Contents

图目录 Contents

图目录

Contents

表目录

Contents

表目录

Contents

Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

摘要

摘 要

概述

消费品是指居民与社会集团为满足物质和文化生活需要所消费的物质产品，也称为消费资料或生活资料。消费品是一个历史概念，随着社会生产的发展，其内涵和外延不断丰富和拓展。消费品工业是生命性、永恒性的国计民生行业，是战略性行业，是兼具传统型产业和新兴产业特点的行业，是兼具劳动密集与资金、知识密集型产业特点的行业，是产业关联度极大的行业。

世界消费品工业的发展进程是伴随着工业革命的发展而展开的。第一次工业革命中英国纺织业开创先河；第二次工业革命中美国、德国消费品工业迅速崛起；第三次产业革命中日本以轻纺加工贸易立国；20世纪60年代，亚洲四小龙开始承接美国、日本等发达国家的消费品工业转移。20世纪80年代以来，消费品工业不断向我国转移。我国自1994年始一直是全球最大纺织生产国和出口国，而家电、家具、玩具、塑料制品等也在国际市场中占据重要份额。

通过研究，可以大致归纳出发达国家发展消费品工业的五个基本做法。其一，注重利用先发优势，制定国际规则，设置进入门槛，增加产业控制力。其二，注重建设法规和标准，保障产品质量和产业安全，促进本国产业升级，锁定后发国家的低端地位。其三，持续大规模地投入，积极发展前沿技术，占据科技制高点，拉大与发展中国家的科技落差。其四，注重利用比较优势，控制产业链和价值链关键环节，整合全球资源，保持竞争优势。其五，注重资本运作，加强兼并收购，形成行业的全球性寡头，牢牢掌控产业链，左右世界产业发展。

回顾我国消费品工业发展历史，新中国成立后30年，消费品工业发展虽

然较为曲折，但建立起了较完整的消费品工业体系，大部分消费品实现了从无到有。改革开放后30年，我国加大体制改革和政策扶持，促进结构调整，参与国际竞争，基本实现了消费品工业从小国到大国的转变。这30年中消费品工业经历了五次大的体制改革、三次大的轻重工业比例调整、五次大的政策调整、三次大的消费品结构升级，实现了三个十年三次大的跃升。这30年的基本特征是，结构失衡的状况在不断纠正的过程中趋于均衡，资源配置方式由单纯的计划调节转向计划调节与市场调节相结合并以市场调节为主；由封闭半封闭型经济走向开放型经济，国内市场与国际市场全面接轨。同时，伴生着几个发展趋势：即从短缺经济迈向过剩经济，产能过剩伴随整个市场经济；从供给约束型经济转向需求约束型经济，能不能创造客户价值和市场成为决定性因素；从生产决定型转向流通先导型，制造业呈现从单纯制造向现代流通转变的趋势；从模仿型经济转向创造型经济，包括技术创新、理念创新、流程创新和产品创新；从单纯生产向制造业和服务业、文化价值观融合发展转变。

回顾新中国成立60年来，消费品工业主要取得了以下成就：(1) 形成了完整、独立、发达的消费品工业体系，成为国民经济和工业的重要组成部分。(2) 保障了13亿人口的基本消费品需求，增添了世界人民的福祉。(3) 积极承接世界产业转移，发展成为世界消费品制造中心和采购中心。(4) 吸纳了大量人口就业，为我国工业化和城市化做出突出贡献。(5) 形成了独具特色的产业集群，促进了区域经济协调发展。(6) 市场化程度高，是我国市场经济的主体力量。

竞争力分析

对我国消费品工业竞争力的实证研究，可以解构为三个层次六大方面，并设置适当的指标予以分析和评价。根据系统性、可行性、可比性原则，本报告选取了16个指标对我国消费品工业的竞争力进行了定量和定性的研究。

通过对比分析得出，我国消费品工业在规模总量上位居世界前列，劳动力成本相对低廉，但是在劳动生产率、研发投入强度、跨国企业数量、国际品牌数量和增加值率等方面并不具有竞争力。从产业链和价值链上看，我国

仅在产业链的生产环节和价值链的加工环节处于世界强国地位，我国消费品生产和加工的装备、技术、工艺以及部分原料保障等产业链和价值链的关键要素主要依靠进口，产品研发设计和营销渠道等产业链和价值链的关键环节仍受制于人。

从我国消费品工业的优劣势来看。相对于发达国家，我国消费品工业具有的主要比较优势在于：一是我国纺织、家电、皮革等行业的规模竞争力较强，总产值位居世界首位。从贸易总额来看，我国纺织工业竞争力最强，我国已成为全球第一大纺织品服装贸易国，并且不断拉大与其他国家的差距；轻工业竞争力也较强，目前贸易总额位居世界第二。二是生产加工的劳动力成本优势。三是生产加工的土地成本优势。四是外资优惠待遇优势。相对于发展中国家，我国消费品工业具有的主要比较优势在于：一是相对于越南、孟加拉等发展中国家，我国具有完整工业体系和产业链优势。二是相对于南美、东欧、南亚和东南亚等发展中国家，我国具有消费品世界加工制造中心和采购中心的先发优势，其他发展中国家短期内不可替代。三是相对于其他发展中国家，我国经济水平较高，内需市场庞大，劳动力供给充裕，农副产品丰富，农业、重工业、信息产业发展较快，交通运输、基础设施相对完善，发展消费品工业的综合比较优势较强。

综合地讲，我国是世界消费品的生产大国，但还不是世界消费品工业强国，我国在消费品生产环节的国际竞争力较强，存在较大的比较优势，但也存在明显的比较劣势，主要体现在：一是我国食品、造纸和医药工业的规模竞争力弱于美国，食品、医药工业贸易总量较小，医药工业与发达国家的绝对差距仍在扩大，消费品工业平均利润率、劳动生产率、研发投入强度、跨国公司数量和国际品牌数量低于或少于发达国家。二是我国消费品工业产量规模位居全球前列，国际市场占有率在不断提高，但没有产品定价权、规则话语权和标准制定权。三是我国消费品工业企业家能力、全球化运作能力、国际市场的资源配置能力较弱，缺乏自己的国际营销供应网络和跨国经营优势。四是长期以来消费品工业粗放型的增长方式还没有根本改变，创新发展、低碳发展等方面与发达国家相比差距比较大。五是企业社会责任不强，遵纪守法意识有待进一步提高。

国际竞争力对比分析显示，在重要的强国指标上，我国与发达国家差距甚大，较大的差距不是短期（5年）能够逾越的，甚至在较长时期（10年）内也是难以逾越的。我国与发达国家的竞争力差距是一个动态过程，缩小差距至少需要20—30年。今后20—30年内，我国消费品工业的战略目标和任务是促进由大国向强国转变。

区域布局分析

目前我国消费品工业的区域布局是在多次产业转移与集群的变迁中形成的，而历次产业变迁又是国家宏观调控和市场机制作用的结果。总体而言，国内消费品工业经历了产业集聚于中西部，由中西部向东部转移集聚，再由东部向中西部转移三个阶段。促成这一状况的因素是多元而复杂的。第一个阶段：新中国成立初期，我国优先发展重化工业，这不但加剧了“二元经济结构”，也使消费品工业滞后发展，使其在工业结构中所占比重较小。另外，这一时期政府出于对经济安全的考虑，将国有的消费品生产企业主要建立在中西部，甚至将某些东部的企业迁往中西部，因此中西部成为消费品工业的集聚区。第二个阶段：改革开放以来，随着市场经济体制的逐步确立，生产要素进入市场流动，并通过市场高效配置，消费品工业由要素成本高昂区域向要素成本低廉区域转移，东部的人才、技术和资金集聚形成的规模效应和相对完善的基础设施以及沿海区位优势，使其成为中西部消费品工业转移的首选，形成了东部地区消费品工业的高度集群。第三个阶段：西部大开发特别是2005年以来消费品工业由东部逐渐向中西部再次转移。2005年以后尤其是国际金融危机爆发以来，随着中西部地区基础设施的不断完善和东部原材料、劳动力等成本的不断攀升，东部消费品工业中劳动力、原材料密集型的企业开始逐渐向中西部转移，推动了新一轮消费品工业布局大调整。

消费品工业分布存在的问题，首先表现为区域发展不平衡，东部产业比重过大，中西部特别是西部比重过小。其次，中小企业集群尚未培育出一定数量的大型龙头企业。第三，产业转移和集群处于价值链的中低端，缺少独创性的特色产品，低附加值的产品多，同质化产品大量充斥市场。

重大认识问题

新中国成立60年来，消费品工业对我国经济社会发展作出了巨大贡献，但当前消费品工业的发展遇到了前所未有的困难，一些困难是国内外客观因素引起的，一些困难是认识不一致导致的。研究消费品工业发展战略，需要对当前消费品工业发展中一些重大问题进行分析研究。

1.消费品工业地位与作用的一致性问题。新中国成立60年来，我国基本上坚持“优先发展重工业”的发展思路，只是在农轻重比例严重失衡的时期或轻工业遇到严重困难的时期，才会优先或大力发展消费品工业。目前，消费品工业发展面临新的国际国内形势，有必要根据消费品工业在国民经济和社会发展中的重要作用，进一步认识、深化、明确消费品工业在国民经济和社会发展中的重要地位。可以概括地讲，消费品工业是国民经济和社会发展的基础性、战略性、民生性、支柱性产业。

2.消费品工业比较优势的维持与提升问题。继续维持我国轻纺工业的国际比较优势，是当前我国的国情决定的。目前，我国还处工业化和城镇化进程中，而且东中西部经济发展水平差距较大，为避免重蹈“拉美陷阱”，主要向中西部转移而不是大规模向国外转移是轻纺等劳动密集型产业维持比较优势的战略选择。继续提升我国轻纺工业的国际比较优势，也是转变当前我国轻纺工业的粗放发展方式所要求和决定的。消费品工业依靠低廉劳动力、消耗资源、牺牲环境的发展方式已经难以为继，必须调整和优化产业结构，提升高素质劳动力比重，培育新的“人口红利”，逐步走出“贴牌生产”、“代工生产”困境，突破“低端锁定”和“低附加值固化”生产模式，突破“增长极限”，积极发展以知识型、服务型为主导的中高附加值消费品工业。

3.消费品工业转型升级和发展方式转变的问题。产业转型升级既是一个产业提升的过程，也是一个观念更新的过程，还是一个体制创新和机制再造的过程。后金融危机时代消费品工业要进行转型升级，一方面要向产业链的高端发展，大力发展研发设计与营销环节；另一方面要加快生产环节的技术创新步伐，让“微笑曲线”变得平坦，增加生产制造过程的附加值。

4.近年来发达国家发展战略调整的挑战问题。世界经济发展史表明，全球性经济危机往往会成为催生重大科技创新和新兴产业崛起的动力与契

机。这次全球性的金融危机本质上是产业周期危机，所以，应对金融危机的着力点，不仅仅是金融秩序重建，更重要的是实体产业发展动力的再造。国际金融危机的爆发，给国际经济带来重大影响，发达国家纷纷制定了低碳发展、绿色发展、健康发展、智能发展战略或政策法规，使我国消费品工业发展环境和形势发生了重大变化，也面临着前所未有的压力和挑战。

5.如何通过标准国际化促进产业国际化的问题。企业之间的竞争，既是产品的竞争，又是技术水平的竞争，更是标准之间的竞争。因此，标准能否国际化是产业能否国际化的核心。标准包括技术标准、社会责任管理体系标准、产品质量标准、环保标准等等。

6.发展轻纺等劳动密集型产业的问题。劳动密集型产业伴随着经济社会发展的全过程，其在经济中的主导地位向占非主导地位的过渡将经历一个漫长的时期，是我国经济发展不可逾越的阶段。我国劳动密集型产业既不能走外延发展、低附加值发展的老路，也不能完全放弃所谓的低端环节，必须坚持切入价值链中高端增值环节与继续占据价值链低端增值环节并举的方针，重塑“中国制造”。

战略思路

新中国成立60年来，前30年主要是建立了较完整的消费品工业体系，大部分消费品实现了从无到有的跨越；后30年主要是融入了世界消费品工业发展体系，消费品工业实现了由小到大的跨越，但是国际竞争力仍然弱小，转型升级的压力大、任务艰巨，可能还要通过20-30年的艰苦努力，才可能奠定消费品工业的强国地位。向强国转变是消费品工业今后20-30年的总体战略目标和战略任务。围绕这一总体目标和任务，本报告主要研究提出了未来10-20年消费品工业发展的战略定位、分阶段战略目标、重点任务和近期战略重点。

未来10-20年，消费品工业要坚持走中国特色新型工业化道路，以科学发展为主题，以转型升级和结构调整为主线，以实现由大国向强国转变为战略任务，继续发展以轻工业和纺织工业为主的新型劳动密集型产业，巩固并增强轻工业、纺织工业的国际比较优势，大力发展以医药工业和食品工业为

代表的资金、技术密集型产业，增强食品工业和医药工业的国际竞争能力和质量安全保障能力，不断加强并提升消费品工业在国民经济和社会发展中的基础性、战略性、民生性和支柱性产业地位，使我国轻工业、纺织工业继而食品工业和医药工业逐步位居世界领先地位。

本报告主要从规模与总量、比例与结构、质量与效益、民生与可持续发展等方面提出了“十二五”时期、2020年、2030年三个阶段性发展目标。实现未来10—20年消费品工业发展目标，要坚持“四个优先”，加快“四个协调优化”，即：坚持优先发展农副产品精深加工业，加快协调和优化农业和消费品工业的关系；坚持优先普及和发展专用装备制造业，加快协调和优化消费品工业和重工业的关系；坚持优化发展生产性服务业，加快协调和优化消费品工业与服务业的关系；坚持优先培育和提升劳动者素质，加快协调和优化消费品工业与教育界、劳动界、工会的关系。要发展“四大体系”，即生产原料保障体系、国际网络营销体系、完善的质量管理体系、完善的创新服务体系。促进“六个重大转变”，即从传统支柱产业向关系国计民生的基础性、战略性产业转变；从产业链完整向价值链完整转变；从依靠廉价劳动力投入带动向主要依靠自主创新、管理创新和人力资源充分发挥协同带动转变；从出口和外需拉动到出口与消费、外需与内需协调拉动转变；促进消费品工业从集中于东部向东中西全方位发展转变；促进消费品工业从高能耗高污染的粗放型模式向低碳环保的集约型模式转变。要完成“四个提升”，即对传统轻纺行业的提升，对产业集群的提升，对产品质量的提升，对行业效益的提升。结合消费品工业发展战略任务，按照重要性原则，应优先制定和实施八大战略行动计划，即大企业培育计划、价值倍增计划、品牌大众化计划、内生发展提升计划、质量规范国际化计划、专用装备更新计划、低碳发展计划、原材料保障计划。为了保持我国消费品工业发展的协调性和连续性，顺利部署我国消费品工业发展的战略任务和行动计划，提出以下政策措施建议：推进相关法制建设；深化和完善相关体制改革；完善发展战略研究和政策体系；完善相关财税金融政策；加强标准和知识产权工作；加强国际交流与合作。要研究制定并实施“十个重点支持”政策，即重点支持轻纺工业发展自主品牌，重点支持食品药品企业建立诚信体系，重点支持轻纺工业梯度

转移，重点支持食品药品企业适用发达国家质量标准，重点支持食品药品生产企业兼并重组，重点支持发展农副产品深加工业，重点支持消费品生产企业技术装备更新，重点支持轻纺企业吸纳就业和提升管理者素质，重点支持发展节能环保型消费品，重点支持原材料安全供应保障。



Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

消费品工业概述

一、消费品工业概述

（一）消费品工业概念

1.消费品工业的内涵与外延

消费品是指居民与社会集团为满足物质和文化生活需要所消费的物质产品，也称为消费资料或生活资料。消费品是一个历史概念，随着社会生产的发展，其内涵和外延不断丰富和拓展。

消费品的范围很广，由于各国消费水平和消费品供给差异较大，没有确切的消费品外延界定。按照使用时间的长短来划分，消费品可分为快速消费品和耐用消费品。按照美国联邦政府“工业标准分类体系”的规定，整个工业分为3大类，即制造业、采矿业和公用事业。美国工业标准分类体系的制造业，有21个工业部门，这些工业部门按照美国传统的分类方法，可划分为耐用品工业和非耐用品工业。所谓耐用品工业是具有3年以上正常使用寿命的产品，既包括生产资料（如机器设备等），又包括消费资料（如汽车、冰箱、电视机、家具等）。在美国工业统计中列入这一类的工业部门有：金属冶炼（包括铁、钢、铝、铜、铅、锌等）、金属加工、电器机械、非电器机械、运输设备、仪器、石陶、玻璃、木材和木制品、家具和室内装修设备等。非耐用消费品是指使用时间相对较短，消费者必须经常更新的产品。在美国工业统计中，列入这一类的工业部门有：食品、烟草、纺织、服装、皮革及皮制品、印刷和发行、化学制品、石油和煤炭制品、橡胶和塑料等。按照美国工业标准分类体系，消费品包括部分耐用品和全部非耐用品即快速消费品，即汽车、冰箱、电视机、家具、食品、烟草、纺织、服装、皮革及皮制品、印刷和发行、化学制

品、石油和煤炭制品、橡胶和塑料等[1]。随着电子信息产业的发展，消费类电子产品（如手机、电脑、数码相机等视听电子产品）也属于消费品。按照一般的理解，居民住房也属于消费品。

我国首次正式使用“消费品工业”概念是在1981年的国务院政府工作报告中。报告指出“在今后相当长的时间内，必须把着重发展消费品工业放到重要地位。”报告还大致指出了要着重发展的消费品工业的范围：“消费品工业生产的发展具有广阔的领域和很大的潜力。目前，城乡人民迫切需要的是耐用消费品、纺织品、食品（包括饮料）、民用建筑材料、日用化工产品、文化保健用品、旅游和其他服务业所需产品等等。”文献资料中没有关于消费品工业的确定概念和外延界定。我们认为，消费品工业主要是指制造生活资料用品的行业，它包括汽车、冰箱、电视机、家具、食品、烟草、纺织、服装、皮革及皮制品、印刷和发行、化学制品及药品、石油和煤炭制品、橡胶和塑料、视听电子产品等行业。随着工业生产方式在住房制造领域的广泛深入应用，居民住房行业也属于消费品工业范畴。因此，消费品工业应包括轻工、纺织、食品、医药等行业，并涉及部分机械、电子和建筑等行业。

从新中国以来政府行业管理的历史来看，消费品工业主要包括轻工业、食品工业、纺织工业和医药工业。这一范围界定虽然几经调整，但框架始终未变。回顾历次政府机构改革，消费品工业部门变更频繁，但基本包括轻工业、纺织工业、食品工业和医药工业等工业部门（如表1所示）。根据2008年政府机构设置中消费品工业管理的范围并按照《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754—2002），我国39个工业行业，其中19个行业全部或部分属于消费品工业。本报告研究的消费品工业主要是指工业和信息化部消费品工业司管理的轻工业、纺织工业、食品工业、医药工业等四个工业部门。

表1 新中国成立后我国消费品工业机构主要变革情况

时间	消费品工业部门设置变迁
1949年11月1日	国家轻工业部、纺织工业部正式成立
1949年11月9日	国家食品工业部正式成立
1952年	将药品生产企业管理划归轻工业部医药工业局领导

1郭吴新等，《90年代美国经济》，P287-288，山西出版社，2001年1月出版。

续表

时间	消费品工业部门设置变迁
1953年11月10日	中央手工业管理局成立
1958年2月11日	轻工业部和食品工业部合并为轻工业部
1958年5月4日	中央手工业管理局并入轻工业部
1970年	国家将一轻部、二轻部、纺织部合并成立轻工业部
1978年1月1日	轻工业部分为轻工业部和纺织工业部
1993年	轻工业部和纺织工业部分别改革为中国轻工总会和中国纺织总会
1998年	撤销中国轻工总会和中国纺织总会，组新中国成立家轻工业局和国家纺织工业局
2001年2月	撤销国家轻工业局和纺织工业局，组建中国轻工业联合会和中国纺织工业协会
2008年3月11日	工业和信息化部成立，消费品工业司管理轻工、纺织、食品、医药等工业行业

资料来源：根据历次改革资料整理

2.消费品工业的主要特点

消费品与人类相伴而生，并随人类的发展而发展。随着生产方式从手工业到机器生产再到现代工业的发展，消费品工业的水平和层次发生了历史性的变化，但是满足人类不同消费需求水平和不同消费需求层次的目的不会发生变化。因此，从需求和供给两个角度，可以大致概括消费品工业的主要特点：

（1）消费品工业是生命性、永恒性的国计民生行业。消费资料的生产是人类生存和发展的基础。消费品工业作为生活资料的生产部门，因人类需求而产生、发展，自其诞生之日起便与人类需求相伴而行，并与人类同始终，是满足人类衣、食、住、用、行、乐、教等赖以生存和发展的物质基础，是任何国家重视和发展民生、实现长治久安的基础性物质生产部门。

（2）消费品工业是战略性行业。消费品工业保障着一国居民的消费资料需求，如果一个国家消费品工业弱小或不完整，依靠外国供给全部或部分消费品，特殊时期将可能导致该国在政治上和战略上处于从属和被动地位。发达国家对我国解放后长期的经济封锁，以及发达国家对部分发展中国家的经济封锁，都主要是从消费品供给上进行封锁，以达到其政治和战略目的。

(3) 消费品工业是兼具刚性和弹性、耐用与快速特点的行业。由于部分消费品（如食品、药品、日用家庭消费品等）具有刚性和快速消费的特点，部分消费品（如奢侈品、家电、家具、汽车等）具有弹性和耐用消费的特点，相应的生产行业也就具有其特点。刚性消费需求基本上属于生存型需要，而弹性消费需求多与居民的收入水平和消费层次相关，属于发展型和享受型需求消费。

(4) 消费品工业是兼具传统产业和新兴产业特点的行业。一般认为，轻工、纺织等行业属于传统产业，同时近来生物医药和纺织新材料等还被纳入战略性新兴产业。新兴产业和传统产业是历史性概念，是一个动态的发展过程。新兴产业和传统产业是相对而言的，几十年前的新兴产业发展至今，变成了今天的传统产业，而现在的新兴产业在几十年后或将会变成将来的传统产业。新兴产业是传统产业发展过程中的分支，不是与传统产业相分离的行业。

(5) 消费品工业是兼具劳动密集型产业与资金、知识密集型产业特点的行业。根据生产要素的主要构成，将产业划分为劳动密集型与资金、知识密集型产业。轻工、纺织等行业一般被称为典型的劳动密集型产业，而将医药等行业称为典型的资金和知识密集型产业。值得一提的是，目前的轻工、纺织等行业相对于100年前已转向资金、技术和知识密集型产业。随着高新技术的应用，目前轻工、纺织等行业中的许多领域仍属于高科技领域，需要投入大量资金和人力予以发展。

(6) 消费品工业是产业关联度极大的行业。消费品工业联结着农业、重工业和服务业，影响着农业、重工业和服务业的发展。消费品工业大部分属于农副产品加工业，大部分原材料直接来自农业，消费品工业是农业最重要的后续产业。消费品工业的部分原材料来自重工业，同时也是重工业的重要市场，消费品工业的发展推动着重工业的结构调整和技术创新。消费品研发设计、营销物流等的需求和发展直接促进服务业的发展。

（二）消费品工业与相关行业的关系

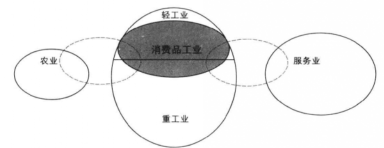


图1　消费品工业与相关行业的关系

1.消费品工业与轻工业、农副产品加工业的关系

轻工业的广义概念是相对于重工业而言，轻工业是主要提供生活消费品和制作手工工具的工业[2]，重工业主要是指为国民经济各部门提供物质技术基础的主要生产资料的工业。我国对轻工业的分类，是借鉴了原苏联对工业的分类方法。对应于我国轻工业的分类，国外称之为消费品工业，并按消费品使用周期的长短，将其分为快速消费品和耐用消费品。从解放后我国政府行业管理历史看，轻工业有时与目前的消费品工业的行业管理范围大致相当。按国民经济分类的国家标准，轻工业属于制造业C类，包括食品、造纸、家具、家电、皮革、自行车、日化、文体玩具等19大类45个行业，涵盖历史上的轻工业和食品工业。由于我国食品工业发展非常快，而且很多国家也单独有食品工业门类，所以，本报告将食品工业单列。本报告将轻工业分为狭义的轻工业和广义概念的轻工业，狭义的轻工业不包括食品工业，广义概念的轻工业相当于消费品工业，狭义的轻工业则是消费品工业的重要组成部分。

农副产品加工业或农产品加工业属于消费品工业，是消费品工业的重要组成部分。按照国家财政部、国家税务总局“关于印发《农业产品征税范

[2]按国家统计局统计指标解释：轻工业可分为两类：(1)以农产品为原料的轻工业，是指直接或间接以农产品为基本原料的轻工业。主要包括食品制造、饮料制造、烟草加工、纺织、缝纫、皮革和毛皮制作、造纸以及印刷等工业；(2)以非农产品为原料的轻工业，是指以工业品为原料的轻工业。主要包括文教体育用品、化学药品制造、合成纤维制造、日用化学制品、日用玻璃制品、日用金属制品、手工工具制造、医疗器械制造、文化和办公用机械制造等工业。

围注释》的通知”（财税字[1995]52号）的解释，农业产品是指种植业、养殖业、林业、牧业、水产业生产的各种植物、动物的初级产品。2008年1月1日起执行的财政部、国家税务总局公布的《享受企业所得税优惠政策的农产品初加工范围（试行）》，将农产品初加工范围（试行）》分为种植业类、畜牧业类和渔业类三大门类，包括粮食初加工、林木产品初加工、园艺植物初加工、油料植物初加工、糖料植物初加工、茶叶初加工、药用植物初加工、纤维植物初加工、热带及南亚热带作物初加工、畜禽类初加工、饲料类初加工、牧草类初加工、水生动物初加工、水生植物初加工等诸多农产品初加工种类。农副产品加工业是以农业产品为原料进行一系列工程技术加工处理，使之满足贮藏、流通和消费要求活动的总和。根据联合国国际工业分类标准，农产品加工业划分为5类，即食品、饮料和烟草加工，纺织、服装和皮革工业，木材和木材产品包括家具制造，纸张和纸产品加工、印刷和出版，橡胶产品加工。按照《国民经济行业分类国家标准》（GB/T4754—2002）我国将农产品加工业分为十三大类，即农副食品加工业，食品制造业，饮料制造业，烟草制造业，纺织业，纺织服装、鞋、帽制造业，皮革、毛皮、羽毛（绒）及其制品业，木材加工及竹、藤、棕、草制品业，家具制造业，造纸及纸制品业，印刷业和记录媒介的复制，橡胶制品业，中成药和中药制剂业等。2009年，以上13类中的10类产品(不含木材和木材产品、橡胶制品业、中成药和中药制剂)工业销售产值占轻工、纺织、食品（含烟草）、医药四个行业即整个消费品工业销售产值的比例达66.6%。

2.消费品工业（轻工业）与重工业、农业的关系

马克思主义再生产理论关于一二部类应当协调发展的论述，就是说要处理好轻工业与重工业间的关系。由于历史客观原因制约，原苏联和我国新中国成立后相当长时间里，坚持优先发展重工业的方针，导致轻重工业比例失调，对原苏联和我国新中国成立后30年经济社会发展造成了严重后果。1956年毛泽东同志在《论十大关系》中提出了农轻重方针，要求在安排国民经济计划时，注意农轻重发展顺序。我国历史上经济发展中几次大的调整，基本上都是由于违背了这个方针才展开进行的。在社会主义市场经济建设时期，坚持农轻重方针仍然具有重要指导意义。

首先，消费品工业（轻工业）是重工业的重要市场，重工业要为消费品工业提供技术、装备和部分原材料支持，重工业是消费品工业专用装备和工业原（辅）料的重要保障。历史经验表明，只要重工业加强对轻工业的支持，明确把轻工业作为自身的服务对象，就可以促进轻工业的快速健康发展。重工业的发展方向与发展定位决定着消费品工业的现代化水平，也决定着农业的现代化水平。所以，改革开放以后，中央多次要求重工业要调整服务方向，更好地为发展农业、轻工业服务。

其次，农业是基础，工业是主导，农业要为消费品工业提供重要原材料，消费品工业（农副产品加工业）是农业最重要的后续产业，对农产品进行初次和多次加工转化。消费品工业中的造纸、棉（毛、麻、丝）纺织、制糖、制革、酿酒、家具、卷烟、罐头、乳制品、肉制品、中成药等行业，所用原材料都来自于农业，农业发展的快慢与丰歉对消费品工业发展意义重大。农副产品的质量决定着消费品工业产品的质量，消费品工业（农副产品加工业）的发展水平决定着农副产品转化增值和综合利用的层次与水平。消费品工业的结构优化与农业的结构优化、消费品工业的转变发展方式与农业的转变发展方式，相互影响，相互作用。

3.消费品工业与服务业、科教行业的关系

消费品工业对服务业和科教行业存在巨大需求，消费品工业也是服务业和科教行业的服务对象。首先，我国商贸流通业和金融业等服务业的发展支持了消费品工业的发展，总体上关系是协调的，但是目前的商贸流通业和金融业等服务业总体上满足不了消费品工业发展的需求，商贸流通领域存在着对内外资企业、金融领域存在着对大中小工业企业不公平服务待遇，这制约了消费品工业产业升级。其次，科教活动的成果如技术、人才等是消费品工业的重要生产要素。然而由于历史的原因，消费品工业特别是轻工业、纺织工业和食品工业的行业性科教机构大量流失，再加上目前的科教行业对消费品工业的服务指向存在偏差，导致消费品工业转型升级急需的技术、人才要素严重缺乏。

（三）世界消费品工业发展历程

1764年"珍妮纺纱机"的发明成为第一次工业革命的起点，也是世界工业化和世界消费品工业发展的起点。由于历史资料所限，本报告不能明确划分出世界轻工业、纺织工业、食品工业、医药工业发展历程，但可以根据世界工业革命的一般进程和产业转移概况，简要说明世界消费品工业发展的一般历程。

1.世界工业革命和消费品工业发展历程

工业化一般指一个国家或地区由落后的农业国转变为先进的工业国的过程。概括地讲，工业化大致有五个方面的内容：(1) 工业化是生产方式的转变，即从传统手工业生产方式向机器大工业生产方式的转变，判断工业化最直接的指标就是机械化、自动化程度。(2) 工业化是生活方式的改变，即从自给自足的自然经济状态、商品化程度低、工业制成品利用率低的生活方式向高度发达的商品经济和工业制成品利用率高的生活方式的转变。(3) 工业化是技术的进步，即农业生产中机械化、自动化程度及管理水平的提高，判断工业化程度也要看其技术水平和管理水平。(4) 工业化是现代化的前提和基础，是实现现代化目标的一个不可逾越的发展阶段，高度发达的工业社会是现代化的重要标志。(5) 经济全球化背景下，一国工业化的发展对自身拥有完善的国民经济体系的依赖性逐渐减弱，而对在国际分工体系中的位置和自身比较优势的依赖性增强。

是否实现工业化有三个判断标准：一是农业增加值占GDP比重小于15%；二是农业就业人数占全部就业人数比重小于20%；三是城镇化水平大于60%。

消费品工业的发展进程是伴随着工业革命发展的。在近200多年中，世界发生了三次重大工业革命。

(1) 第一次工业革命中英国纺织业开创先河。第一次工业革命从18世纪40年代开始，以纺织、煤炭、冶金等为代表的制造业迅猛发展，主要分布于英法等少数欧洲国家，尤以当时的"世界工厂"——英国最为发达。纺纱机的出现催生了纺织工业的巨大发展。1840年英国工业生产率比1770年提高

了20倍。到19世纪50年代，英国取得了世界制造业的垄断地位，也成为当时的世界经济霸主。1850年，英国占世界工业总产值的39%，占世界贸易总额的21%，棉纺织品80%出口。

（2）第二次工业革命中美国、德国消费品工业迅速崛起。19世纪40年代出现的第二次工业革命使得以电力、钢铁、石化为主要代表的先进制造业扩散到西欧、美国及日本等地。在这一时期，美国成为世界第二个“世界工厂”，而德国也成为消费品制造中心之一。美国的纺织工业发端于1790年，随后带动其他消费品工业发展。1860年后消费品工业进入高速发展期，在工业中占据主导地位，主要行业为纺织业、面粉业、肉类加工业。1860年至1914年间，纺织业规模增长约6倍，食品加工业增长10多倍，木材加工业增长近7倍，成衣、靴鞋、酒类业增长约8倍，印刷业增长15倍多。1913年美国制成品产量已相当于英、德、日、法四国的总和，占全世界的1/3以上。1890年末，美国制造业规模跃居全球第一，占据世界第一经济大国的地位。19世纪40年代是德国工业革命的起步时期，纺织工业高速发展，现代的工厂制度被建立。在1843—1861年间，仅莱因—威斯特发利亚地区的纺锭数目就从11.1万个增加到了29.9万个。而全德地区的棉花消费量也在1850—1870年的20年间从1.8万吨增至8.1万吨，增加了4倍以上。1843—1861年间德国的织布机由5000多台增加到了15000多台。丝织业、麻纺织业和毛纺织业都有很大发展。以丝织业为例，到1861年，215个大工厂已经基本上集中了所有的缫丝生产；在毛纺织业中，羊毛在40年代末还是德国主要的输出商品，到50年代末已经无法满足自己工厂的需要了[3]。

（3）第三次产业革命中日本“轻纺加工贸易立国”。20世纪40年代第三次产业革命爆发以来，电子通信、航空航天、光机电一体化、生物医药、新材料、新能源等先进制造业迅速发展。在这一时期，日本充分利用有利的内外部优势，大力发展先进制造业，完善制造业体系，成为第三个“世界工厂”和世界第二经济强国[4]。日本的消费品工业发展始于西方国家消费品产业成熟之时，国家意志对日本产业革命产生重要影响。日本的近代工业最先出现

[3]孙炳辉，寅达，《德国史纲》，上海：华东师范大学出版社，1995。
[4]杨大庆，谭凤其，舒纪铭，《先进制造业的发展经验及其借鉴》，《北方经济》，2006年第4期。

在轻工业和国家兴办的军事工业中，1880年以后，日本的私营企业获得快速发展，加速了以纺织工业为中心的产业革命。二战后，日本政府把“振兴贸易”列为国家战略，核心是“大力发展轻纺工业”。日本消费品工业的贸易模式被形象地称为“用衬衣换飞机”。

（4）新兴市场崛起：中国、亚洲四小龙等承接消费品工业转移。20世纪60年代，亚洲四小龙开始承接美国、日本等发达国家的消费品工业转移。20世纪80年代开始，国际生产要素和产业不断向我国转移，特别是消费品工业。自1994年以来，我国一直是全球最大纺织生产国和出口国，而家电、家具、玩具、塑料制品等也在出口中占据重要份额。消费品工业为我国出口创汇和国民经济发展做出了重要贡献，规模仍然在快速扩大。根据美国经济咨询公司环球通视报告，若在不变价格基础上计算，预计我国将在2013到2014年登上全球制造业榜首[5]。届时，全球制造的商品中五分之一都来自中国，商品以电子机械、服饰、鞋子、家具、玩具及塑料产品为主。

2.世界消费品工业发展路径和趋势

世界工业化和消费品工业的发展大致沿着三条路径进行，并体现出三个基本趋势。

(1) 世界工业化进程和消费品工业发展，大致是沿着三条路径进行。一是沿着农业——轻工业——重工业发展道路进行。英国的工业化是从纺织工业开始的。它以棉纺织业为主，棉、毛纺织工业同时迅速发展。1871年至1875年，棉纺织品出口额占其产值的74%。轻纺工业发展到一定阶段，才对煤、铁、机器提出了更多需求，从而刺激重工业的迅速发展，并使重工业在工业生产中的比重逐渐接近和超过轻工业。美国最早发展的工业部门也是纺织业。1860年至1920年的60年间，棉纺织业纱锭增加了5.8倍。随后，重工业才迅速发展起来。到1880年，重工业产值在工业总产值中已接近轻工业产值。1880年至1914年的34年间，重工业增长了5倍左右，轻工业只增长了3倍。日本的工业化也是从轻工业（主要是纺织业）开始的。1902年棉纱产量比1982年增加近3倍，比1887年增加近32倍。随着轻工业的发展，加上日本

[5] “美110年居全球制造业榜首 2011中国或超越”，http://www.indaa.com.cn/ 2010-06-21环球网。

的特殊条件——军需工业的发展，重工业快速发展起来。1938年与1931年相比，全部工业增长87%，其中重工业中的冶金和化学工业分别增长了2.45倍和2.22倍，而轻工业中的纺织和食品工业分别增长了36%和16%[6]。虽然前苏联和我国的工业化基本上都是从重工业开始的，但它不是一条必由之路和发展规律，只是特殊环境和历史条件下在一定时期的道路选择，事实证明，这种工业化道路因违背了工业化的一般发展规律，因而失败了。二是世界产业转移的路线大致沿着工业制造中心转移的路线进行。第一次产业转移由英国向美国转移，第二次产业转移由美国向日本等国转移，第三次产业转移由日本等国向亚洲四小龙转移，第四产业转移由日本等发达国家和亚洲四小龙向中国大陆转移。三是消费品工业内部大致沿着先劳动密集型产业再资金和技术密集型产业的道路发展。发达国家如英国等西欧国家、美国和日本基本上都从纺织业等劳动密集型产业开始发展轻工业，继而发展资金、技术和知识密集型的家电业、食品工业、奢侈品行业和医药行业。

(2) 世界消费品工业有三个基本发展趋势。一是工业化进程中消费品工业比重持续下降。纵观英、美、日等主要发达国家消费品工业发展的历程可以发现，“重工业化”是工业化发展到中后期阶段的一般趋势。霍夫曼(Hoffmann, W., 1931) 将这一趋势划分为四个阶段。第一阶段消费品工业在整个制造业中具压倒优势，为资本品产值的5倍。第二阶段前者优势减弱，但仍为后者2.5倍。第三阶段两者产值大致相当。第四阶段资本品工业迅猛发展，比重超过消费品工业。表2是1850年—1927年美国消费品工业与资本品工业占生产总值的比重。

表2　1850—1927年美国消费品工业与资本品工业比重

年份	消费品工业	资本品工业
1850	43.5%	18.2%
1870	38.6%	23.3%
1880	43.8%	24.7%
1890	35.6%	23.6%
1900	33.9%	28.0%

[6] 尹缙瑞：《工业经济学》P13，哈尔滨工业大学出版社，1991年5月第2版。

续表

年份	消费品工业	资本品工业
1914	31.3%	34.3%
1925	31.1%	41.4%
1927	32.4%	39.9%

资料来源：张培刚：《农业与工业化》上卷，华中工学院出版社，1984年版，第105页。

二是需求结构升级促进消费品产业结构高级化。一般而言，随着人均收入水平的提高，需求的重点将从低层次向高层次转移，即从生活必需品向高档消费品甚至奢侈品转移，从易耗消费品向耐用消费品转移7。这一趋势体现为三个阶段：第一阶段的消费目的是解决温饱问题，第二个阶段消费重点转向非生活必需品，第三个阶段消费重点从数量转向高质量、定制化、服务性的产品。对应不同阶段，产业结构也由低向高升级。第一阶段中，纺织业、食品业提供的产出满足基本生存的需要，在消费品工业中占有较大比重；第二阶段中，生产家电、家具、塑料制品等耐用消费品的工业得到极大发展；第三阶段中，个性化消费和高端服务业满足人们的"高尚需求"，使文娱产品、生物保健产品、高档饮料甚至奢饰品获得较大发展空间。

三是消费品工业的梯次转移进一步明确产业国际分工。世界消费品工业发展进程表明，产业的梯次转移从未间断，世界各个地区的产业边界不断重新划分和调整，尤其是20世纪中期以来，制造环节外包成为国际产业转移的主要模式。20世纪60年代起，消费品制造中心转移到韩国、中国香港、中国台湾等新兴经济体；20世纪80年代以来，消费品制造中心又转移至中国内地、印度、土耳其等新兴经济体。消费品工业的历次转移都是在转出国逐渐失去比较竞争优势的行业或产业链环节，如劳动力密集型产业及其生产制造环节。表3是国际纺织制造中心转移情况一览表。

21世纪以来，新的消费品工业国际分工趋势正在酝酿之中，世界消费品工业发展格局正进入新的变革期。表现为：首先，生产性服务业继消费品制造之后成为新的转移内容。利用发展中国家劳动力相对充裕的优势，发达国家将物流业转出以降低成本，保留对消费品研发设计环节的控制。其次，发

[7]谢琦，《论需求结构与经济增长模式的转型》，《商业时代》，2008年第19期。

达国家强化其在价值链中的高端位势，将关键技术研发环节置于国内，把低附加值、具有“三高”性质的加工、组装环节外包至发展中国家，牢牢占据价值链的高端和产业链的上游地位，从而影响产业发展。从总体看，世界主要国家的消费品工业转移的规律是：制造企业大规模生产→生产外包→研发中心与制造中心分离→制造业萎缩→掌握关键技术和营销渠道的品牌企业控制产业体系。

表3　国际纺织制造中心情况一览表

	年代	装备	产值或销售值	出口值	出口占国际份额
英国	1800—1950	1832年棉纺锭900万锭，占世界机纺锭的69.2%；1895年棉纺锭4540锭，占世界的47.2%	-	96亿美元（1950年）	31.4%（1950年）
美国	1930—1960	-	1955年销售额超过500亿美元	46亿美元	12.0%
日本	1950—1970	主产区1997年零售织机60945台，无梭织机28189台	-	76亿美元（1957年）	20.7%（1957年）
联邦德国	1970—80年代末	-	1986年销售额70亿美元	-	7.9%
意大利	80年代	-	1986年销售额376亿美元	130亿美元	8.6%
韩国大邱	90年代	无梭织机20000多台	1997年总产值80亿美元，产值占全国的25.6%	1998年42.4亿美元，出口占全国的25.6%	1.3%
中国台湾	90年代	无梭织机40000多台	2000年总产值163亿美元	152亿美元	4.6%

资料来源：《打造国际先进纺织业制造基地——绍兴县创建“两大中心”战略规划》，浙江省经济建设规划院、绍兴县人民政府，2003.5。

3.发达国家消费品工业发展的基本措施

通过研究可以归纳出发达国家发展消费品工业的几个基本措施。

(1) 注重利用先发优势，制定国际规则，设置进入门槛，增加产业控制力。如制定WTO规则特别是知识产权规则，让后发国家特别是发展中国家认可和服从于发达国家制定的国际经贸规则，让新兴国家和发展中国家服务于发达国家的产业利益。如发达国家对我国轻工和纺织产品出口所采取的反倾销和反补贴措施，以及对我国轻工和纺织代工企业中所提出的知识产权诉讼，都是发达国家利用WTO等国际规则，制约我国轻纺产业发展的重要举措。

(2) 注重法规和标准建设，重视质量和产业安全，促进本国产业升级，锁定后发国家的低端地位。如美国制定301条款、修订食品安全法和消费品法案，制定食品药品质量管理体系认定标准，并从生产安全、知识产权、环保、儿童安全、碳标识、金属含量、社会责任等方面制定标准，加强认定，一方面保障本国消费者消费安全，促进产业升级，另一方面形成贸易和产业准入门槛，保障本国产业安全。如欧美一方面对我国的玩具、打火机、服装等轻纺产品不断提出儿童安全、环保、社会责任等起诉和招回要求，对电池等提出301条款起诉，对食品、药品提出GMP、CGMP认证和临床认证等，同时又严禁高端技术和环节向我国转移，目的是要保持其产业的国际间垂直分工体系。

(3) 持续大规模地投入，积极发展前沿技术，占据科技制高点，拉大与发展中国家的科技落差。发达国家重视以企业为主体的科研体制改革，加大对企业科研的投入和政策扶持力度，其消费品领域的跨国公司长时期的大规模持续的科研投入，大规模的吸纳世界高级人才，通过前瞻性研究并创新市场急需的消费品，基本垄断着世界高端消费品市场。如后面将论及的，美国是世界医药和食品工业最大强国，主要是其跨国公司的研发投入规模巨大，单个跨国公司的研发投入远超过我国全部医药工业或食品工业的研发投入。德国的产业用纺织品技术世界领先，被广泛应用于汽车制造、混凝土加固、防火、防褪色、防震等领域。

(4) 注重利用比较优势，控制产业链和价值链关键环节，整合全球资源，保持竞争优势。发达国家往往具有技术和资金及产业国际化优势，在全球进行产业垂直分工，控制着品牌、设计、研发、管理、营销、定价和投资、认

证、检测等产业链和价值链关键环节，整合新兴国家和发展中国家的原材料、用工、加工等优势，利用资金和管理优势收购新兴国家和发展中国家的优质企业，加强自己的产业链和价值链控制力和影响力。如耐克和阿迪达斯等服装企业、可口可乐、邦基、联合利华、百威英博与嘉吉等食品企业、宝洁等家庭个人用品企业、欧莱雅等化妆品企业、强生等制药企业都是如此。发达国家正是借经济全球化的机遇，加快转移消费品制造环节，使本土企业专注于管理、研发设计、专业加工和品牌运作，以巩固和提升自己的比较优势。

(5) 注重利用资本运作，加强兼并收购，形成行业的全球性寡头，牢牢掌控产业链，左右世界产业发展。发达国家充分发挥资本市场和信息技术高度发达的优势，不断改革和实施企业兼并指南，引导企业在国内和发达国家间实施强强联合，优势互补，加强行业集中与垄断，实现价格垄断和利润垄断，获取国家产业水平分工的绝对优势。如世界上最大的食品制造商——雀巢公司 (Nestle) 自1867年创建至今的133年的发展史就是一部并购史。通过上百年的投资扩张及并购，雀巢奠定了自己在全球食品行业中的领先地位。如今雀巢的经营项目已扩展到饮料、调味品、宠物食品、乳制品、巧克力、冰淇淋、药品。又如1996年以来，全球制药业超过100亿美元交易额的并购案超过20起，其中交易额600亿美元以上的并购案达5起（见表4）。需要注意的是，海外并购从估价、谈判到操作模式上都具有高技术含量，目前虽然我国企业成长迅速，但是我国企业参与国际化的能力相对较弱，海外并购不可盲目进行[8]。

表4 1996—2009年全球制药业交易额超过100亿美元的并购案

年份	收购方	被收购	新公司名称	交易额(美元)	交易方式
1996	汽巴－嘉基公司（瑞士）	山德公司（瑞士）	诺华公司	600亿	合并
1998	阿斯特拉公司（瑞典）	捷利康公司（英国）	阿斯特拉	250亿	合并
1998	赫斯特医药公司（德国）	罗纳普朗（法国）	安万特公司	220亿	新建
1998	圣德拉堡公司（法国）	赛诺非公司（法国）	赛诺非－圣德拉堡	110亿	合并

[8]中国社会科学院工业经济研究所杨丹辉研究员接受《中国产经新闻》采访稿。

续表

2000	辉瑞公司（美国）	华纳兰勃特（美国）		870亿	收购
2000	葛兰素威康（英国）	史克必成（美国）	葛兰素史克必成	760亿	合并
2000	法玛西亚普强公司（美国、瑞典合并企业）	孟山都公司（美国）	法玛西亚	270亿	合并
2001	强生公司（美国）	阿尔扎（美国）		102亿	收购
2001	安进公司（美国）	免疫公司（美国）		169亿	收购
2003	辉瑞公司（美国）	法玛西亚（瑞典）		595.2亿	收购
2004	赛诺非—圣德拉堡（法国）	安万特（法国）	赛诺非—安万特	638.1亿	收购
2006	拜尔公司（德国）	先灵（德国）	拜尔—先灵	200.1亿	收购
2006	强生公司（美国）	辉瑞消费品部（美国）		166亿	收购
2006	默克（美国）	雪兰诺（瑞士）		133亿	收购
2007	阿斯利康（英国）	麦德免疫公司（美国）		156亿	收购
2007	先灵葆雅（美国）	欧加龙（法国）		144亿	收购
2008	诺华（瑞士）	爱尔康（美国）		390亿	收购
2009	辉瑞（美国）	惠氏（美国）		680亿	收购
2009	默克（美国）	先灵葆雅（美国）		411亿	收购
2009	罗氏（瑞士）	基因泰克（美国）		468亿	收购

资料来源：北京和君医药产业研究中心。转引自中国医药企业管理协会，《中国医药产业发展报告》（1949—2009），化学工业出版社，2009年12月，第96页。

（四）我国消费品工业发展历史回顾

1.新中国成立后30年，消费品工业实现从无到有

新中国成立后30年，消费品工业发展虽然较为曲折，但建立起了较完整的消费品工业体系，大部分消费品实现了从无到有。新中国成立以来，特别

是1953年开始执行的国民经济发展第一个五年计划，我国并没有沿用发达国家一般采用的轻纺工业起步的工业化道路，而是以计划经济为体制背景，采取了重化工业起步的超常规道路，实行“优先发展重工业”的战略。由于缺乏重工业与其他产业的协同发展机制，形成了重工业增长自我服务和自我循环的局面，导致了“重工业重，轻工业轻”的结构性缺陷，轻工业及其他产业严重落后，表现出“高积累、低消费、低效率”的特征。消费品严重短缺，消费需求受到严格抑制。

我国国民经济的第一个五年计划的方针是集中力量发展重工业，建立国家工业化和国防现代化的基础。“一五计划”规定在工业基本建设的投资中，制造生产资料工业的投资占88.8%，制造消费资料工业的投资占11.2%，使生产资料的产值在工业总产值中所占的比重，由1952年的39.7%上升到1957年的45.4%，消费资料的产值所占的比重，由1952年的60.3%下降到1957年的54.6%。

“二五计划”规定第二个五年计划的基本任务仍然是继续进行以重工业为中心的工业建设，推进国民经济的技术改造，建立工业化基础。但是1958年以后的“大跃进”运动和“反右倾”运动导致了国民经济比例的大失调，并造成严重的经济困难。1961－1962年进入调整时期，1964年周恩来总理在政府工作报告中指出，要正确处理农业、轻工业、重工业的关系，发展国民经济的计划应当按照农、轻、重的次序来安排。但是随后爆发的“文化大革命”使轻重工业的调整没有实现，反而让国民经济的比例失调更加严重。

从1953年到1978年的26年间，国家工业总投资的90%是用于重工业，主要投资于冶金、电力、煤炭、化工、机械等行业，只有10%是用于轻工业[9]。以1949年同1978年相比较，重工业总产值增长90.6倍，而轻工业和农业总产值只分别增长19.8倍和2.4倍。1949年轻重工业比重为73.6：26.4，到1958年下降到55:45，1978年更是降至42.68:57.32[10]。这个时期只有三个阶段轻工业发展较快。一是国民经济恢复时期，轻工业部系统总产值平均每年递增

[9]刘峰昌，“对轻工业还是要实行‘六个优先’的政策——从国民经济发展的‘瓶颈’谈起”。
[10]根据《中国统计年鉴》数据计算得出。

31.5%；二是“一五”时期为14.3%；三是1963年至1965年国民经济调整时期为13.1%[11]。

新中国成立后30年间消费品工业总体上发展滞后，消费品只能提供基本的生活保障，国家对消费品实行调拨分配、限量供应，人民群众日常所需的大多数消费品都需要凭票购买。1978年，计划管理的商品有145种，国营商业对日用品基本上采取统购包销的政策，包销率在70%以上。当时多数消费品甚至连简单的日用小商品如缝衣针、发夹、钉鞋钉、洗衣板、纽扣等等都供应不足。1978年，消费品中三大件代表之一的手表，每百人占有仅为1.95只；全国啤酒产量仅为40万吨；牙膏、火柴、电池、灯泡、饭碗等都供应紧张；日用家具、皮鞋等成了很难买到的奢侈品；家用洗衣机和房间空调器年产量分别只有0.04万台和0.02万台。

这30年我国消费品工业经历的道路是不平坦的，几经曲折起伏，但也取得了重大成绩。新中国成立前夕，轻工业是民族工业的主体，只有造纸、采盐、制糖、陶瓷、搪瓷、日用玻璃、皮革、火柴、肥皂、棉纺、毛纺、缫丝、织机、饮料酒、卷烟、五金制品、文教用品、工艺美术等一些传统行业，医药产品只有中药和简单的红药水、紫药水、药棉、纱布，且都处于奄奄一息的境地。新中国成立后30年，先后发展了手表、塑料制品、感光材料、合成洗涤剂、轻工机械、家用电器、印染、针织、服装、染织、麻纺、纺机、中成药、医疗器械、原料药、化学药等一批新兴行业，极大地丰富了消费品，初步构建起了相对独立、完整的轻工业、医药工业体系及以“上（海）青（岛）天（津）”等老纺织工业基地为主的纺织工业体系。

2.改革开放后30年，消费品工业实现从小到大

改革开放后30年，国家加大体制改革和政策扶持，促进结构调整，参与国际竞争，基本实现了消费品工业从小到大。改革开放初期，为了解决严重的国民经济结构矛盾，我国开始进行工业化战略的重大调整，放弃了单纯发展重化工业的思路，转而采取消费导向型的工业化发展战略，注重市场需求导向，优先发展轻工业，以纠正扭曲的产业结构。工业内部重工业自我循环

[11]王毅之：《当代中国的轻工业》，P76，中国社会科学出版社1985年2月版。

的结构被初步打破，被长期压抑的消费需求突然被释放出来，成为工业化的巨大牵引力。消费品供给能力日益增强，消费品日益丰富。1983年国家正式取消纺织品的各种票证，结束了长达29年之久的凭票供应制度，成功解决了一个人口大国的穿衣问题。

这30年中，消费品工业经历了五次大的体制改革、三次大的轻重工业比例调整、五次大的政策调整、三次大的消费品结构升级，实现了三个十年三次大的跃升。

(1) 五次大的体制改革

一是从1979年开始，在农村展开了以实行家庭联产承包责任制为中心的一系列改革，从根本上改变了束缚农业生产力发展的旧体制，解放了农村的生产力，极大地激发了农村和农民的活力，促进了农业的大发展，从原材料和人力资源等方面支持了轻纺工业的发展。同时，自80年代中期开始在广大农村，乡镇企业"异军突起"，为轻纺工业发展增添了新的力量。

二是1984年10月中央做出了《关于经济体制改革的决定》，消费品工业各行业开始逐步摆脱计划经济体制的束缚，转换了企业经营机制，增强企业活力。

三是1992年开始的社会主义市场经济体制改革，彻底地解放了国内轻纺工业生产力，消费品工业企业开始简政放权，政企分开，逐步进行产权制度改革，探索建立现代企业制度，企业逐步成为了自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场主体，增强了轻纺工业的活力和竞争力。同时促进了外资消费品生产企业向我国的转移，促进了轻纺工业向规模化、集群化发展。同期的医疗保险、住房等社会保障制度的改革，也极大地促进医药工业和轻纺工业的发展。

四是2001年我国加入世界贸易组织（WTO），国内经济体制与贸易体制逐步与世界接轨，出口配额逐步取消，国际消费品工业向我国转移的步伐加快，我国消费品工业比较优势充分发挥，我国逐步发展成为世界消费品的生产中心和采购中心。

五是2009年3月开始的医药卫生体制改革，为医药工业的大发展和转型升级带来新的历史机遇。

(2) 三次大的轻重工业比例调整

一是1978年至1990年，轻重工业“平分秋色”。1978年国家公布了《中共中央关于加快工业发展若干问题的决定》，其重要内容就是解决农、轻、重比例严重失调问题。为了扭转国民经济整体严重失衡的局面，从1979年开始，在“调整、改革、整顿、提高”八字方针指导下，进行了为期三年的国民经济调整，政策内容主要是大力发展农业和轻工业，改变重工业生产的服务方向，调整农、轻、重比例关系。1978年至1990年，采用扶持轻纺工业发展的“六优先”政策，轻工业比重在短短几年内从42.68%上升到49.38%，上升了6.7个百分点，基本与重工业形成“平分天下”的格局。

二是1990年至1999年，轻重工业比重总体稳定，略有下降。1992年党的十四大报告明确提出把机械电子、石油化工、汽车制造业和建筑业作为国民经济发展的支柱产业，加快发展第三产业，对轻纺工业进行重组调整和提高。这个时期，重工业比重有所上升，轻工业比重从49.38%下降到41.97%，下降了7.4个百分点。

三是1999年至2008年，轻重工业比例出现大的失调。进入21世纪，我国跨入中低收入国家行列，需求开始代替供给主导经济运行，我国成功加入WTO，消费品较为强劲的内外需求推动了消费品工业的发展，我国成为消费品出口大国，但消费品工业的发展却更加滞后于重工业的发展。2000年以后，重工业在工业增加值中的比重迅速上升，由1999年的58.03%上升为2008年的71.34%，轻工业则从1999年的41.97%回落为2008年的28.66%。（新中国成立60年我国农轻重产业比重变化情况见图2）

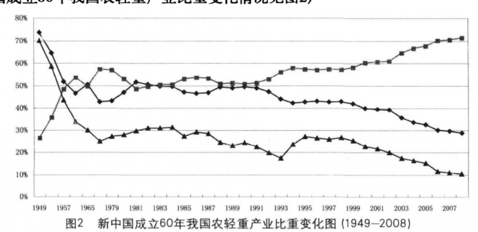


图2　新中国成立60年我国农轻重产业比重变化图（1949—2008）

(3) 五次大的政策调整

一是1978年开始实行的对外开放政策，使广东、福建等沿海地区积极利用境外资本，发展外向型轻纺加工业，使境外劳动密集型轻纺工业开始进入我国并逐步形成规模。

二是自1980年起对轻工业实行了“六个优先”的政策，即原材料、燃料、电力供应优先；挖潜、革新、改造的措施优先；基本建设投资优先；银行贷款优先；外汇和引进技术优先；交通运输优先，扭转了轻纺工业发展滞后的局面。

三是1998年开始的扩大内需政策，特别“加快发展消费信贷，推进城镇住房制度改革，支持居民购买住房和大件耐用消费品”等政策，释放了居民的住房和耐用消费品的需求，极大地带动了轻纺工业的发展，促进轻纺工业的结构升级。

四是1998年国家以纺织行业为突破口，促进困难行业深化改革和扭亏解困，即1998年到2000年实行纺织工业三年压锭政策，淘汰落后棉纺锭1000万锭、分流120万职工，以促进纺织工业结构调整。

五是2008年11月国务院出台了支持轻纺工业发展的“国六条”和2009年出台了《轻工业调整和振兴规划》、《纺织工业调整和振兴规划》，为轻纺工业平稳度过国际金融危机时期起到了关键作用。

(4) 三次大的消费品结构升级

消费结构的快速升级并由此推动消费品工业产业结构向高度化的演进，是这一时期的突出特点。

一是20世纪80年代中期开始，居民家庭购买和拥有耐用消费品的数量开始逐渐增加，城市居民家庭中自行车、手表、缝纫机等“老三件”已经向黑白电视机、电冰箱、洗衣机等“新三件”升级。

二是20世纪90年代中后期开始，电话、空调、计算机逐渐走进人们的生活，居民消费开始向发展型享受型消费结构升级。

三是进入2000年以来，随着城镇商品住宅和农村住房的发展，高档家具、数字化家电、高档家纺、家庭日用品等消费品进入城乡千家万户。

表5　我国消费品结构升级情况表

	消费特点	城镇居民恩格尔系数	人均GDP	市场情况
80年代中期	生存型消费	53.3%（1985） 54.2%（1990）	1112元（1987） 2311元（1992）	卖方市场
90年代中后期	向发展型消费结构过渡	50.0%（1994） 44.7%（1998）	5046元（1995） 7159元（1999）	买方市场
2000年以来	向发展型和享受型消费升级	39.4%（2000） 35.8%（2006）	10542元/1090美元（2003） 16165元/2042美元（2006） 22698元/3267美元（2008）	多样化 个性化 多层次

资料来源：《中国统计年鉴2009》。

(5) 3个10年实现了3次大的跃升

一是到1990年，我国轻工业（含食品）总产值是1978年的2倍多；纺织工业总产值达到了3735亿元，是1978年的7.9倍；医药制造业总产值达到356.14亿元，是1978年的4.5倍。

二是到2000年，我国轻工业（含食品）总产值是1990年的7倍多；纺织工业总产值达到了8895亿元，是1990年的2.4倍；医药制造业总产值达到1781.4亿元，是1990年的5倍。

三是到2009年，全国轻工业（含食品）完成工业总产值107614.5亿元，是2000年的5倍左右；纺织工业完成工业总产值37979.9亿元，是2000年的4.3倍；医药制造业完成工业总产值9403.1亿元，是2000年的5.3倍。

3个10年实现3次大的跃升，奠定了我国轻工、纺织、食品、医药世界生产大国的地位。这30年的基本特征是，结构失衡的状况在不断纠正的过程中趋于均衡，资源配置方式由单纯的计划手段转向计划手段与市场调节相结合并以市场调节为主；由封闭半封闭型经济走向开放经济，国内市场与国际市场全面接轨。同时伴生着几个发展趋势：即从短缺经济迈向过剩经济，产能过剩长期伴随整个市场经济；从供给约束型经济转向需求约束型经济，创造客户价值和市场成为决定性因素；从生产决定型转向流通先导型，制造业呈现从单纯制造向现代流通转变的趋势；从模仿型经济转向创造型经济，

包括技术创新、理念创新、流程创新；从单纯生产向制造业和服务业、文化价值观融合发展转变[12]。

改革开放30年，形成了三个带有长期意义的发展思路：一是确定了需求导向型的工业化发展战略，以消费结构的升级推动消费品工业结构向高级化方向发展的工业化发展思路逐步形成，并贯穿于今后的工业化进程中。二是确定了工业化与城镇化的互动发展思路，并以我国正处于城镇化和工业化进程作为消费品工业将继续快速发展的主要依据。三是确定了转变发展方式、调整产业结构的发展思路，消费品工业的发展要遵循三个转变，即促进经济增长由主要依靠投资、出口拉动向依靠消费、投资、出口协调拉动转变，由主要依靠第二产业带动向依靠第一、第二、第三产业协同带动转变，由主要依靠增加物质资源消耗向主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变。

（五）我国消费品工业发展取得的主要成就

回顾新中国成立60年，消费品工业主要取得了以下成就：

1.形成了完整、独立、发达的消费品工业体系，成为国民经济的重要组成部分

新中国成立60年来，我国建立了全产业链的轻工业（含食品工业）、纺织工业和医药工业体系，形成了既与国际经济体系密切联系又独立自主发展、行业门类齐全、产品丰富多彩、质量可靠稳定、技术装备实力较强的庞大消费品工业经济体系，轻工业由新中国成立初期30多个行业发展为目前的45个行业，涵盖了日用消费品的主要方面。

改革开放以来，轻工业、纺织工业、医药工业规模持续扩大（见图3），消费品工业已经成为国民经济和工业的重要组成部分（见表7）。截至2009年底，消费品工业规模以上增加值、销售产值、利润、固定资产投资、从业人员占整个工业的比重分别为29.4%、28.6%、29.6%、21.8%和39.8%。

[12]陈文玲：《思维的足迹——中国经济社会前沿报告》（下），第559页-567页，经济科学出版社2006年11月版。

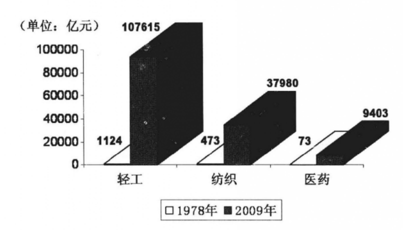


图3 1978年和2009年轻工、纺织、医药总产值对比图

表6 新中国成立以来我国主要消费品产量

产品	1952	1978	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2009
化学纤维（万吨）	-	28.5	45.0	94.8	165.4	341.17	694.0	1664.8	2747.3
纱(万吨)	38.3	238.2	292.6	292.6	353.5	462.6	657.0	1450.5	2393.5
布(亿米)	65.6	110.3	134.7	134.7	146.7	188.8	277.0	484.4	753.4
机制纸及纸板(万吨)	37.0	439.0	535.0	535.0	911.0	1372.0	2486.9	6205.4	8965.1
家用洗衣机(万台)	-	0.04	24.5	887.2	662.7	948.4	1443.0	3035.5	4973.6
家用电冰箱(万台)	-	2.8	4.9	144.8	463.1	918.5	1279.0	2987.1	5930.5
房间空气调节器（万台）	-	0.02	1.3	12.4	24.1	682.6	1826.7	6764.6	8078.3
成品糖（万吨）	-	227.0	257.0	451.0	582.0	558.6	700.0	912.4	1338.4
啤酒（万千升）	-	40.0	69.0	310.0	692.0	1568.8	2231.3	3126.1	4162.2
化学药品原药(万吨)	-	-	-	-	-	48.7	52.6	126.7	201.2
中成药（万吨）	-	-	10.3	17.5	22.6	61.4	38.8	106.5	200.8

资料来源：《中国统计年鉴》（1996～2010）。

表7 2008年1－11月各行业各项指标占全国工业的比重

单位：个、万人、亿元

行业/指标	企业		从业人员		主营业务收入		利润		出口交货值	
	个数	占比	人数	占比	总额	占比	总额	占比	总额	占比
全国工业	325952		6964		362083		18261		80792	
消费品工业	156646	48%	3254	47%	120896	33%	6270	34%	25852.8	32%
原材料工业	80198	25%	1592	23%	12263	34%	6007	33%	10483.9	13%
装备工业	7721	24%	1483	21%	80021	22%	4752	26%	14297.3	18%
电子工业	11892	4%	635	9%	38530	11%	1232	7%	28804.2	36%

注：出口交货值为2008年1－12月。

2.保障了13亿人口的基本消费品需求，增添了世界人民的福祉

新中国成立60年来，我国人口增长近6亿，增量超过任何发达国家人口数量，人口总量超过发达国家人口总和2倍多。我国消费品工业不仅靠自己满足13亿人口的生存型和刚性消费需求，而且靠自己满足了城乡居民的发展型和弹性消费需求，同时，我国消费品工业产品已出口到世界200多个国家和地区，大量价廉物美的消费品出口，满足世界广大城乡居民的各类消费品需求，为构建和谐世界做了重要贡献。我国消费品工业不仅满足了国内城乡居民温饱型小康生活需求，还极大满足了广大城乡居民的宽裕型小康需求，正在为建设惠及13亿人口的全面小康社会建设做积极贡献；我国消费品工业不仅以品种丰富、物美价廉抑制了国内消费品价格上涨，稳定了国内物价总体水平，增加了国内居民福利，还大量出口国外，极大地平抑了世界多数国家的消费品物价，增添了世界城乡居民的福祉。我国消费品工业已经成为小康社会建设和和谐世界建设的重要促进因素。

3.积极承接世界产业转移，是世界消费品制造中心和采购中心

新中国成立60年来，特别是改革开放30年来，我国消费品工业充分利用劳动力、土地、价格等比较优势，大量承接世界消费品工业的生产制造环节，逐步发展成为世界轻工、纺织、食品、医药产品生产制造大国。钟表、自行车、缝纫机、电池、啤酒、家具、塑料加工机械、日用陶瓷、灯具、空调、冰箱、洗衣机、微波炉、鞋、钢琴、农地膜、盐、化纤、纱、布、呢绒、丝织品、服装、化学原料药及中间体、药品制剂等100多种产品的产量居世界第一，成为了世界消费品生产制造中心。家电、皮革、家具、羽绒制品、自行车、鞋、纺

织品服等产品占国际市场份额50%以上，小家电占80%，成为世界消费品采购中心和重要的国际消费品贸易集散地。我国消费品工业已经成为我国参与国际经济体系的重要优势。

我国的消费品工业产品畅销全世界，出口基本保持逐年增加。1978-2008年，我国轻工业和纺织工业出口额年均分别递增18.1%和15.6%。2009年，全年消费品工业出口交货值为2.5万亿元，虽然受国际金融危机影响，同比降低了4.1%，但低于整个工业降幅（10.1%），占我国出口总额的34.24%。

表8 2009年我国消费品工业出口结构表

单位：亿美元，%

行业	中国		美国		日本		韩国		欧盟	
	数额	占比	数额	占比	数额	占比	数额	占比	数额	占比
食品工业	234.1	2.0	37.4	16.0	51.1	2.2	15.5	6.6	12.9	5.5
纺织业	1649.9	14.1	264.2	16.0	210.5	12.8	41.2	2.5	354.7	2.2
医药制造业	91.1	0.8	16.4	18.1	5.1	5.6	3.4	3.8	24.7	2.7
皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业	407.5	3.5	111.4	27.3	32.7	8.0	8.0	2.0	81.4	20.0
家具制造业	306.5	2.6	102.1	33.3	24.3	7.9	5.1	1.7	70.1	22.9
造纸及纸制品业	63.9	0.5	10.9	17.1	7.6	11.9	2.3	3.6	7.8	12.2
文教体育用品制造业	297.1	2.5	106.2	35.7	23.2	7.8	5.3	1.8	77.4	26.1
塑料制品业	207.6	1.8	55.1	26.5	20.5	9.9	3.3	1.6	38.0	18.3
工艺品及其他制造业	169.9	1.5	42.7	25.2	12.7	7.4	2.9	1.7	29.1	17.1

资料来源：根据工业和信息化部消费品工业司数据整理。
注："出口额"栏中占比指各消费品工业行业2009年出口额占工业出口总额的比重，各国家中的占比指我国出口到该国的数额占该行业总出口额的比重。

4.吸纳了大量人口就业，加速了我国工业化和城镇化进程

新中国成立60年来特别是改革开放30年来，我国从农业国向工业国转变，从工业化、城镇化初期向工业化、城镇化中期转变，以轻纺工业为主的劳动密集型产业做出了重大贡献。2008年我国轻工业规模以上企业就业人数2042万人，占全国规模以上工业企业就业人数的25%，加上规模以下企业，全行业吸纳就业人数3500多万人；纺织工业全行业就业人口超过2000万；医

药工业就业人数超过164万人。同时，轻工业70%的行业、50%的产值涉及农副产品的深加工，轻纺工业使3亿多农民直接受益，对实现农民增收，推动农业现代化，加快城镇化起着不可替代的作用。我国消费品工业已经成为我国城镇化、工业化的重要推动力。

5.形成了较具特色的产业集群，促进了区域经济协调发展

自20世纪90年代以来，我国消费品工业产业集群发展迅速，逐步形成了从原材料加工生产到销售服务一条龙的完整体系，具有同类产业或产品生产高度集中、专业化强、分工明确、特色突出的特点，有较强的竞争优势。如2008年，轻工业行业协会已命名的轻工特色区域和产业集群数量达到182个，实现工业总产值约1.4万亿元，占轻工业总产值的16%，吸纳就业达1000万人，涉及皮革、家具、食品、制笔、家电、照明、塑料、陶瓷、搪瓷、日用玻璃、五金、礼品、眼镜、文体、文房四宝、羽绒、工美、缝制机械、乐器、日杂、少数民族用品、珠宝、包装等23个轻工行业，主要分布在广东、浙江、山东、江苏、福建、四川等18个省市地区。轻纺产业集群主要以县域经济发展为依托，以“一县一品”、“一乡一品”、“一村一品”形式带动一地经济，成为支撑区域经济发展的支柱产业。

表9 部分地方消费品工业产业集群

省份	消费品工业产业集聚区
广东	广州狮岭皮具，佛山顺德家电，江门新会纸品，中山古镇灯饰，东莞大岭山家具，潮州日用陶瓷，湛江电饭锅
浙江	绍兴轻纺、海宁皮革、嵊州领带、永康五金、温州皮鞋、诸暨袜业、桐庐制笔、永嘉纽扣
江苏	镇江新区氯碱和精细化工、淮安盐化工园区、盐城滨海化工园区氯碱等盐化工，苏州昆山、太仓自行车、无锡锡山电动自行车、泰州海陵自行车零配件，丹阳、江都、吴江皮革，苏州刺绣、宜兴陶瓷、南京金箔、东海水晶、东台发绣、泰州乐器、常州梳篦、扬州玉器和漆器
福建	福州塑胶，德化日用工艺陶瓷，泉州箱包，漳州家具，厦漳农产品加工，泉州休闲食品，福州农产品加工

续表

省份	消费品工业产业集聚区
山东	高密制鞋、蓝村制鞋、沾化制革、宁津桌椅、周村凤阳家具、淄川西河红木家具、荷泽庄寨桐木制品、惠民安全绳网、阳信餐具、乐陵五金、博兴兴福厨具、文登家纺、莱州草艺品、临沭杞柳、武城玻璃钢制品

6.市场化程度高，是我国市场经济的主体力量

新中国成立后60年的前30年，我国消费品工业是社会主义计划经济的先行领域，改革开放以来的30年，我国消费品工业是社会主义商品经济、市场经济的先行领域。消费品工业除卷烟、糖精等少数产品外，绝大部分行业是市场化最早、市场化程度最高、国际化步伐最快的行业。经过多年改革发展，目前消费品工业所有制结构发生了很大变化，非公有经济[13]已经占据主导地位，成为带动消费品工业增长的主力军。

2008年，纺织、塑料制品、食品、医药工业非公有经济占比分别为75%、81%、67%和50%；其中私有经济占比分别为46%、44%、37%和23%；港澳台和外商经济占比分别为29%、37%、30%和27%；国有经济除医药工业占15%的份额外，纺织、塑料制品、食品工业仅占3.7%、4%和8.4%。消费品工业已经成为完善社会主义市场经济体制的重要力量。具体数值见表10。

表10 2008年消费品行业不同类型企业占比

行业	纺织	塑料制品	食品	医药
非公经济	75%	81%	67%	50%
其中：私营企业	46%	44%	37%	23%
港澳台和外商	29%	37%	30%	27%
国有企业	3.7%	4%	8.4%	15%

资料来源：《中国统计年鉴2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

[13]按照国家统计局《关于统计上划分经济成分的规定》，非公有经济指资产归我国内地公民私人所有或归外商、港澳台商所有的经济成分，包括私有经济、港澳台经济和外商经济。公有经济是指资产归国家或公民集体所有的经济成分，包括国有经济和集体经济。国有经济是指资产产归国家所有的经济成分。

Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

我国消费品工业竞争力实证分析

二、我国消费品工业竞争力实证分析

（一）指标体系构建

竞争是市场经济的本质属性，产业竞争力是指某国或某地区的特定产业，相对于他国或地区的同一产业，在生产效率、满足市场需求、持续获利等方面所体现的能力和优势。产业竞争力是一个内涵非常丰富的概念，不仅包括产业本身所体现出的领先优势，还包括这种领先优势得以形成的基础和条件。本报告将消费品工业的竞争力解构为三个层次六个方面（如下图）。

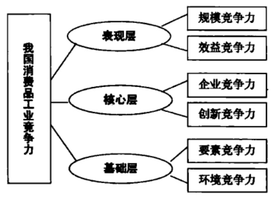


图4　我国消费品工业竞争力的构成

如图所示，消费品工业竞争力的表现层包括规模竞争力和效益竞争力，分别反映规模水平和投入产出效率。规模竞争力可以从总产值、贸易总额、资产总额等方面评价；效益竞争力可以从销售利润率、劳动生产率、增加值率等方面评价。规模竞争力和效益竞争力直接反映我国消费品工业相对于其他产业在占据市场份额、满足市场需求等方面的能力和优势，最能代表通常意义上产业竞争力的含义。

消费品工业竞争力的核心层包括创新竞争力和企业竞争力。创新是产业发展的本质要求和内在属性，可以从研发经费支出、研发投入强度、专利申请量、科技成果转化率等方面进行评价。企业是产业发展的主体，企业竞争力反映我国消费品工业企业在规模、品牌等方面的竞争力，可以从各国企业在财富世界500强和品牌500强中的地位以及产业集中度的情况进行评价。

消费品工业竞争力的基础层包括要素竞争力和环境竞争力。要素竞争力评价消费品工业的主要投入要素——劳动力、原材料、资本和人才等；环境竞争力评价消费品工业与相关产业的协调关系，宏观政策环境以及产品质量安全的体制机制等。要素竞争力和环境竞争力是消费品工业竞争力得以形成的基础。

针对消费品工业竞争力的三个层面六个方面，可以设置相应指标予以定量或定性的评价和描述[1]。指标选取的原则是：(1) 系统性原则。产业竞争力的各个指标都不是孤立的，而是相互联系的。在消费品工业发展的过程中生产规模、增长速率、生产效率、创新能力等方面都是彼此制约、相互影响的，因此应从多角度各层次进行分析。(2) 可行性原则。各指标的数据要具有可获得性，理论上的指标如果现实中没有渠道进行统计，就不具备分析的基础条件；所选取指标应该具有权威部门的统计数据，以保证评价结果的真实性和科学性。(3) 可比性原则。采用的指标和数据要便于进行各国的横向和纵向比较，尽可能保持统计口径和时间上的一致性。

[1]国际比较数据说明——根据上述指标选取原则，本节所使用数据均来自于国际和国内权威机构。其中，美国、日本、德国、法国、意大利、比利时、韩国的数据来自于OECD结构分析数据库 (STAN Database for Structural Analysis)，印度、马来西亚、菲律宾、印度尼西亚等国相关数据来自于联合国工业发展组织数据库 (INDSTAT)，贸易数据来自于WTO，国内数据来自于国家统计局、中国工业经济统计年鉴、中国轻工业年鉴、中国纺织工业发展报告等。在行业的分类标准上，贸易数据采用海关通行的HS编码；各国生产数据采用国际统一的ISIC3.0行业分类标准，并尽量选取与我国的行业分类相一致的门类。其中，食品工业采用15 Food products and beverages；纺织工业采用17T18 Textiles and textile products；家电工业采用2930 Domestic appliances n.e.c.；皮革工业采用19 Leather, leather products and footwear；造纸工业采用21 Pulp, paper and paper products；医药工业采用2423 Pharmaceuticals。

表11 我国消费品工业竞争力分析指标

	指标	解释	属性
规模竞争力	工业总产值	以货币形式表现的工业企业在一定时期内生产的工业最终产品的总价值量	定量
	贸易总额	进口额+出口额	定量
	贸易竞争指数	（出口额–进口额）/（出口额+进口额）	定量
效益竞争力	利润率	利润／销售收入	定量
	增加值率	增加值／总产值	定量
	全员劳动生产率	工业增加值/从业人员数	定量
创新竞争力	研发投入强度	研究开发资金占增加值比重	定量
企业竞争力	世界500强数量	本国企业进入世界500强的数量	定量/描述
	世界品牌500强数量	本国企业进入世界品牌500强的数量	定量/描述
	产业集中度	行业前几位企业的产量或销售量占全行业产量或销售量的百分比	定量/描述
要素竞争力	劳动力成本	企业因雇佣社会劳动力而支付的费用	定量
	原材料	原材料的丰富程度、供需关系	定量/描述
	资本	对外投资和利用外资水平	定量/描述
	人才	劳动者技能水平	定量/描述
环境竞争力	相关支持产业	与相关产业的协调关系	定量/描述
	质量安全体制机制	产品质量安全的体制机制构建	描述

（二）我国消费品工业竞争力分析[2]

1.规模竞争力

对消费品工业规模竞争力的国际比较主要从工业总产值和进出口贸易总额的角度进行。

(1) 工业总产值

工业总产值指工业企业生产的工业最终产品和提供工业性劳务活动的价值总量，是评价产业规模最具概括能力的基础指标。总体来看，我国纺

[2]这一部分选取美国、日本、欧盟等发达国家以及韩国和印度等新兴经济体进行对比分析。这些国家在全球消费品工业的生产和贸易中处于重要地位。

织、家电、皮革等行业的规模竞争力较强，总产值位居世界首位，食品、造纸和医药行业的规模竞争力次之，与世界第一的美国还有较大差距。

表12 主要国家重点消费品工业总产值

单位：百万美元

		中国	意大利	德国	比利时	法国	韩国	英国	美国	日本	印度
食品	2000年	83563	85962	114971	22485	102474	45850	87344	507434	295825	-
	2007年	387825	153816	206368	41327	175299	68748	132544	621532	256462	39824
	增长率	24.5%	8.7%	8.7%	9.1%	8.0%	6.0%	6.1%	4.1%	-2.8%	-
纺织	2000年	104895	65975	25161	8280	24608	32515	20354	142840	64626	-
	2007年	412260	94976	32478	9909	28281	37567	19298	97154	36477	27303
	增长率	21.6%	5.3%	3.7%	2.6%	2.0%	2.1%	-0.8%	-6.2%	-9.1%	-
家电	2005年	83537	14676	12581	295	4018	9912	5142	24620	31093	1262
皮革	2000年	16249	25376	3252	293	3238	4967	2331	8021	6074	-
	2007年	69762	40906	4763	383	4486	4748	1595	4847	3703	2720
	增长率	23.1%	7.1%	5.6%	3.9%	4.8%	-0.6%	-5.3%	-8.1%	-7.9%	-
造纸	2000年	19211	17942	28837	3946	19107	11600	17788	162393	83422	-
	2007年	85627	29284	49340	5577	26962	16625	23839	165790	68589	5010
	增长率	23.8%	7.2%	8.0%	5.1%	5.0%	5.3%	4.3%	0.3%	-3.2%	-
医药	2000年	21519	17549	21367	5706	26249	11201	16810	114989	66975	-
	2007年	86121	28130	54812	13690	52880	21041	31502	178512	66276	10256
	增长率	21.9%	7.0%	14.4%	13.3%	10.5%	9.4%	9.4%	7.6%	-0.2%	-

资料来源：OECD结构分析数据库。
注：（1）表中2007年数据并不完整，其中美国食品数据为2005年，纺织、皮革、医药为2006年；日本食品数据为2005年，纺织、皮革、医药为2006年；印度数据为2004年。
（2）增长率为2000—2007年复合增长率。

——食品

由表12可知，从世界范围来看，美国是食品工业的最大生产国，2007年总产值为6215亿美元，是位居第二的中国的1倍多，具有极大的优势。我国的食品工业虽然在总量上不及美国，但是在增速上位居世界第一，2000—2007年间年均增长率为24.5%。在2000年左右仍位居英国、意大利等国之后，但是在2007年不仅位居世界第二，且与欧洲各国已拉开不小的差距。欧洲各国2000年以来食品工业生产也在稳步增长，年均增长率都在6%以上。而日本食品工业近些年则呈现下降态势，年均下降2.8%。

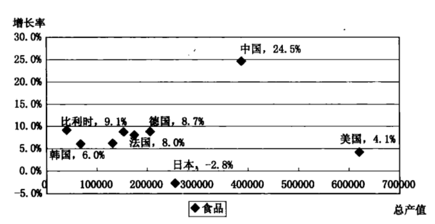


图5 世界食品行业总产值及增长速度

——纺织

21世纪以来，我国纺织工业发展驶入了"快车道"，工业总产值的速度逐年提高，2000–2007年间年均增长率为21.6%，化纤、棉布、面纱、丝织品、服装等主要产品产量均居世界第一。从世界范围来看，我国纺织工业无论是产值还是增速都遥遥领先，总产值是对标比较国家的四倍以上。美国和意大利年产值在千亿美元左右。数据显示，意大利的纺织工业增速较快，在5%以上，其纺织服装业在欧洲一直处于龙头地位，销售收入占到欧盟27国的26.9%，企业数量占到欧盟27国的40.0%[3]。而美国纺织工业则呈现下滑态势，2000–2006年年均下降5.4%。英法德日韩等国的纺织产业规模均在百亿美元左右，其中，日本纺织产业近年面临着日益严峻的局面，周边国家纺织业的迅速崛起，使得日本纺织业在价格、质量上的优势逐渐消失，纺织企业缩减生产设备，产业规模不断萎缩，年均下降达9.1%。

[3]《意大利纺织行业调研报告》，中国国际贸易促进会意大利代表处。

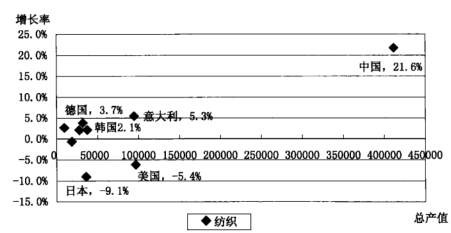


图6 世界纺织行业总产值及增长速度

——轻工

轻工行业门类众多，本报告根据数据的可获得性以及细分行业的占比大小选取了家电、皮革、造纸三个子行业对其竞争力进行国际对比分析。

从家电行业来看，世界家电业可以分为5个系别，即美国系、欧洲系、日本系、韩国系和中国系。美国有惠尔浦、通用电器等，欧洲有西门子、伊莱克斯等，日本有松下、索尼、三洋等，韩国有三星和LG。我国的家电产业经过30年的发展，已经从一个年产值只有8.6亿元的小产业，发展成为超过6千亿元规模的成熟产业，成为全球最大的家电制造基地。目前我国冰箱、洗衣机产量占全球40%以上，空调、微波炉产量占全球70%，小家电产量占全球近90%。日本家电产业虽然近年来受到来自韩国和我国企业的竞争，规模有所下降，但是仍位居世界第二，美国、欧洲各国以及韩国紧随其后。

从皮革行业来看，我国是皮革生产的第一大国，且年均增长率也远高于世界其他国家，达到23.1%。意大利是无可争议的在欧洲和全世界占据领先地位的传统皮革生产国家，皮革生产量位居世界第二，约占世界总生产量的20%，占欧洲总生产量的65%[4]。2000−2007年，意大利皮革工业年均增速为7.1%。美、日、韩及欧洲其他国家的皮革工业产值都不大，还不到百亿美元的规模，在所选取的国家中除德、法、比利时还保持增长态势

[4]《世界国家皮革工业发展状况分析》，中国皮革工业信息中心。

外，其余国家皮革工业都在萎缩，美国和日本的年均下降幅度分别达到了8.1%和7.9%。

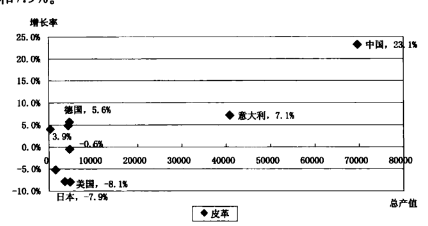


图7　世界皮革行业总产值及增长速度

从造纸工业来看，世界造纸工业生产主要集中在北美、欧洲和亚太地区。美国造纸工业位居全球第一，是同期我国的2倍，日本的2.4倍，德国的3.4倍，英国的7倍多，但近年来增长缓慢，2000—2007年年均增长率仅为0.3%。我国的造纸工业与食品、纺织、皮革等其他制造业一样保持着迅猛的增速，2000—2007年年均增长率达23.8%，与美国的差距也在不断的缩小（2000年美国是我国的8.5倍）。德国的产值和速度比其他欧美国家更具优势，而日本近年来造纸工业与本国其他传统制造业一样呈现下滑态势。

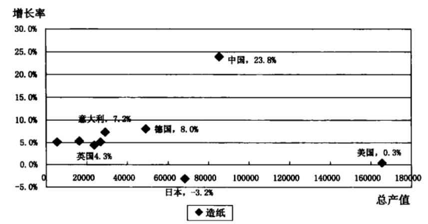


图8　世界造纸行业总产值及增长速度

——医药

医药工业有别于食品、纺织等劳动密集型产业，属资本和知识密集型的高技术产业，并且涉及到人类的生命安全，目前世界各国都竞相发展。美国是全球最大的医药生产国，拥有强生、辉瑞等多家跨国制药巨头，其产业增速近年来也保持着较高的水平，达7.6%。由于人口老龄化的到来、"富贵病"发病率的升高以及医改的不断深入，我国医药工业近年来每年保持20%以上的增长速度，在可预见的未来，我国医药工业仍将保持远超过世界平均水平的增长速度。2007年，我国医药工业总产值已达861亿美元，但也仅是美国的二分之一。日本是世界第二大药品消费市场，其制药工业产值规模位居世界前列，但与美国相比差距仍然较大。

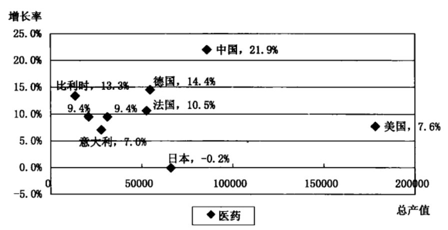


图9　世界医药行业总产值及增长速度

专栏1 中美制造业及消费品工业比较

首先，在制造业规模上美国仍居世界第一。根据联合国工业发展组织的统计报告，2009年，美国在世界工业生产总值中的份额为19%，仍然保持榜首的位置；中国首度超过日本位居世界第二，占15.6%；日本则滑落为世界第三，占15.4%。其次，在消费品工业规模上美国仍大于我国。在外延上，美国的非耐用消费品全部属于且小于我国的消费品工业的范畴。可以将美国的非耐用消费品与我国的消费品工业作一对比。根据美国官方统计，美国2008年第二次修订的国内生产总值为142645.97亿美元，其制造业增加值为16376.71亿美元，占GDP的比重为11.5%；其中，耐用品增加值为9147.11亿美元，占GDP的比重为6.4%，非耐用品增加值为7229.60亿美元，占GDP的比重为5.1%。2008年，我国的消费品工业增加值为37931亿元，以2008年底的汇率计算为5500多亿美元，与美国相差1700多亿美元。如果计入部分耐用消费品增加值，估计我国消费品工业增加值与美国差距至少达2000亿美元以上。



(2) 进出口贸易

消费品工业国际竞争力首先表现在国际市场的竞争力，可以通过贸易总额、贸易竞争力指数等指标来分析和评价我国消费品工业的进出口能力及其相互关系。

——贸易总额

纵观世界主要国家消费品贸易情况，从贸易总额来看，目前欧盟、美国、中国是全球主要的消费品贸易国家和地区。2009年，美国消费品贸易总额为

7361亿美元，位居榜首，德国为5915亿美元，位居第二。从图10中可知，我国在2000年以前贸易总额均排在美、日、欧等国家和地区之后，在2000年首次超过了日本和意大利，2001年超越了英国，加入WTO之后，我国商品贸易得到快速增长，至2003年我国超越了法国，成为美国和德国之后的第三大消费品贸易国，且近年来与德国的差距逐渐缩小，至2009年仅剩150亿美元。

从细分行业的贸易总额情况来看，我国内地纺织工业竞争力最强，继1994年取代我国香港成为世界第一大纺织品服装出口地区之后，在2004年取代了美国，成为全球第一大纺织品服装贸易国，并且与其他国家的差距越来越大，2009年，我国纺织工业贸易总额是美国的1.8倍，韩国10倍。轻工业进出口贸易次之，目前位居世界第二，在2000年超越了英国和日本，2001年超越了法国，2002年超越意大利，并借助全球金融危机的时机，最终在2008年超越了德国。我国食品工业进出口贸易量与纺织工业、轻工业相比规模并不是很大，一直处于美、日、欧之后，近两年赶超了日本和意大利。医药工业是各行业中进出口贸易表现最弱的，在对标比较国家中一直居于末位，从图中可以看出，由于基数过低，虽然近年来保持了年均20%以上的增长，但是我国与美国等世界医药发达国家间的绝对差距仍然在不断扩大。

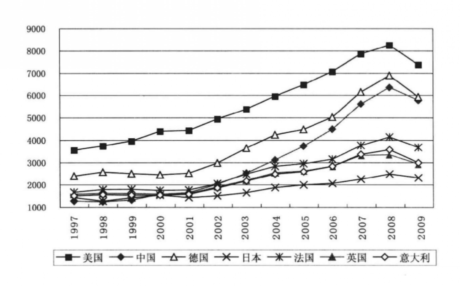


图10 主要国家1997—2009年消费品工业贸易总量趋势对比图

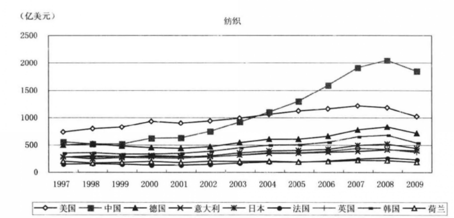


图11　主要国家1997—2009年纺织工业贸易总量趋势对比图

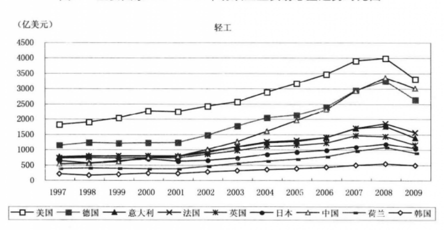


图12　主要国家1997—2009年轻工业贸易总量趋势对比图

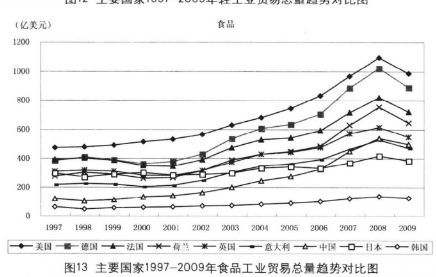


图13　主要国家1997—2009年食品工业贸易总量趋势对比图

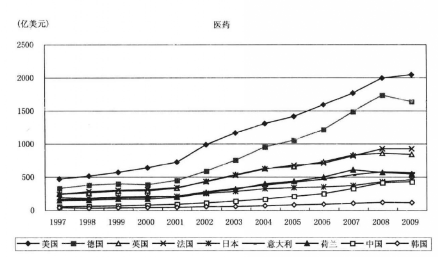


图14 主要国家1997—2009年医药工业贸易总量趋势对比图

表13 主要国家2009年消费品工业贸易总量表

单位：亿美元

国家	消费品工业	纺织	轻工	食品	医药
美国	7361.31	1017.36	3307.55	983.81	2039.83
德国	5914.73	706.32	2632.31	885.66	1634.17
中国	5768.25	1843.14	2999.75	495.69	424.70
法国	3658.64	435.69	1553.51	718.88	922.71
意大利	2975.2	532.16	1383.11	469.06	560.78
英国	2913.89	362.74	1156.16	546.45	838.56
比利时	2561.1	150.57	616.13	446.61	1333.80
荷兰	2347.17	222.94	893.04	642.51	542.77
日本	2303.22	391.93	1035.89	381.87	454.93
韩国	900.85	177.85	483.20	122.42	111.54

资料来源：世界贸易组织。
注：以上数据采用与我国海关对应的消费品工业商品目录计算得到。

——贸易竞争指数

贸易竞争指数也称贸易专业化指数[5]，它是表示一个国家的某类产品是

[5]贸易竞争指数TC=（X—M）/（X+M）。贸易竞争指数为正，表明该国的生产效率高于国际水平，对于世界市场来说，该国是净供应国，具有较强的出口竞争力；贸易竞争指数为负则表明该国生产效率低于国际水平，出口竞争力较弱；如果指数为零，则说明该国的生产效率与国际水平相当，其进出口纯属与国际进行品种交换。

净进口国还是净出口国，以及净进口或净出口的相对规模，以此来判断产品国际竞争力的大小。

表14 主要国家2009年贸易竞争指数表

国家	消费品工业		纺织		轻工		食品		医药	
	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009
中国	0.55	0.62	0.60	0.82	0.57	0.62	0.33	0.11	0.23	0.29
比利时	0.32	0.22	0.95	0.95	0.38	0.34	0.09	0.11	0.16	0.12
意大利	0.26	0.12	0.33	0.16	0.39	0.28	0.02	0.07	-0.07	-0.20
德国	0.00	0.08	-0.27	-0.18	0.07	0.15	-0.10	-0.01	0.14	0.11
荷兰	0.03	0.06	-0.18	-0.06	-0.10	-0.03	0.23	0.24	0.05	-0.01
法国	0.00	-0.05	-0.20	-0.29	-0.05	-0.11	0.25	0.13	0.06	0.02
韩国	0.20	-0.06	0.54	0.22	0.15	0.03	-0.36	-0.49	-0.39	-0.42
英国	-0.17	-0.21	-0.41	-0.51	-0.18	-0.29	-0.25	-0.32	0.09	0.10
美国	-0.29	-0.29	-0.61	-0.71	-0.29	-0.29	-0.15	-0.16	-0.02	-0.15
日本	-0.32	-0.39	-0.55	-0.66	0.01	-0.12	-0.89	-0.83	-0.18	-0.39
印度			0.91							

资料来源：世界贸易组织。
注：以上数据采用与我国海关对应的消费品工业商品目录计算得到。

商品的贸易竞争力指数越接近1，竞争力越强；反之，越接近负1则竞争力越弱。对我国消费品工业近10年的贸易竞争指数的分析可知，从2000年至2009年我国消费品工业总体贸易竞争指数均呈现正值且逐步升高，9年间上升了0.07，而美国、日本、英国、韩国等其他主要国家贸易竞争指数呈负值。在我国四大行业中，纺织工业的贸易竞争力最强，食品工业的贸易竞争力最弱。其中纺织业的TC指数高达0.82，但仍低于比利时的0.95；轻工业的TC指数为0.62，在对标比较的几个国家中位居第一；食品工业和医药工业相对较弱，TC指数分别为0.11和0.29，且食品工业的贸易竞争力较2000年下降了0.22。这说明长期以来，我国消费品工业属于出口主导型，产品具有较强的国际竞争力，且轻工、纺织、医药三个行业的竞争优势有进一步加大的趋势。

2.效益竞争力

效益是经济活动的核心，体现了产业的管理水平、竞争意识和盈利能力，可以从销售利润率、增加值率和劳动生产率等指标予以评价和分析。

(1) 利润率

2009年，我国消费品工业平均利润率为5.5%[6]，其中轻工、食品、纺织、医药各行业利润率分别为4.9%、5.4%、3.9%和9.9%，低于世界发达国家的利润水平。从世界500强的数据来看，医药制造业的利润率最高可以达到近50%，最低也达到了13%；耐克的利润率为7.8%，宝洁为16.9%，可口可乐为22%[7]。

专栏2 国际产业链的“非常6+1”[8]

朗咸平关于“6+1”制造产业链的观点，反映了我国轻纺工业效益与美国的差距。朗咸平认为，产品制造、产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营、终端零售为产业链的7个部分，产品制造为“1”，而产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营、零售等为“6”。例如浙江生产的芭比娃娃出口价是1美元，出口到沃尔玛超市后卖9.99美元。这将近9美元的差价，是整条“6+1”的产业链所产生的。那么，对于芭比娃娃中的“6”都被美国掌控，它可以在整条产业链中收回9倍产值，甚至利润率达到了30%-40%。但是在现在全球竞争格局下，这些环节中最关键、最赚钱的环节几乎都不是我们中国企业所控制的，而且中国制造企业由于不掌握定价权还无法提价。



(2) 劳动生产率

劳动生产率是产业的生产技术水平、经营管理水平、职工技术熟练程度和劳动积极性的综合表现。与世界发达国家相比，我国消费品工业各行业虽然规模总量靠前，但是劳动生产率比较低下。如表15所示，从各细分行业来看，我国食品工业的劳动生产率高于其他行业，与发达国家的差距也最小；皮革工业的劳动生产率最低；医药工业与发达国家的差距最大。

[6]根据工业和信息化部公布的统计数据计算得到。
[7]根据《2010年世界500强排行榜》(www.fortunechina.com) 数据计算得到。
[8]根据“郎咸平：制造业或存定位错误”，朗咸平中文网2008-9-23。

表15 主要国家消费品行业劳动生产率

单位：万美元/年.人

劳动生产率	食品		纺织		皮革		造纸		医药	
	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007
中国	0.86	2.27	0.54	1.00	0.67	0.78	0.76	1.71	0.92	2.25
意大利	4.18	6.58	3.07	4.94	2.76	5.87	5.29	8.21	8.45	11.83
德国	3.39	5.43	3.32	6.34	2.85	5.47	5.51	9.64	7.34	17.13
比利时	4.98	8.98	3.75	6.79	3.50	7.49	6.81	11.26	12.79	23.57
法国	4.25	7.21	3.40	6.77	3.22	6.20	5.82	9.29	18.40	25.09
韩国	2.64	4.21	1.60	2.75	1.37	2.43	3.80	4.77	6.90	17.01
英国	5.62		3.13	6.63	4.21	5.61				
美国	7.31	8.32	4.20	5.65	4.23	4.13	9.13	11.11	20.48	33.09
日本	6.80	6.26	2.69	2.29	3.01	2.83	9.39	8.09	26.40	23.92

资料来源：OECD结构分析数据库。

注：美国食品数据为2005年，纺织、皮革、医药数据为2006年；日本食品数据为2005年，其余数据为2006年。

2007年我国食品工业全行业的劳动生产率为2.27万美元/年.人，比2000年增长了2倍多，但仍然远低于发达国家食品工业的劳动生产率。如比利时食品工业的劳动生产率达8.98万美元/年.人（2007年）、美国为8.23万美元/年.人（2005年）、日本为8.5万美元/年.人（2007年）、法国为7.21万美元/年.人（2007年），我国食品工业的劳动生产率还不到发达国家的三分之一。我国纺织工业和皮革工业的劳动生产率也都处在比较低的水平，2007年分别为1万美元/年.人和0.78万美元/年.人，还不到同期我国其他行业的一半，与国际先进水平差距更大，仅为其六分之一左右。

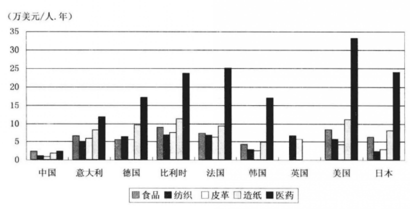


图15 主要国家2007年消费品工业劳动生产率对比图

我国医药制造业劳动生产率与发达国家的差距最大。2007年医药制造业的劳动生产率，美国为33.09万美元/年.人，法国为25.09万美元/年.人，日本为23.92万美元/年.人，德国为17.13万美元/年.人，而同期我国医药制造业的全员劳动生产率为2.25万美元/年.人，仅为美国的6.8%、法国的9.0%、日本的9.4%、德国的13.1%。从中可以明显看出：发达国家的医药工业生产率明显高于本国纺织、轻工等其他工业，体现出明显的高技术产业特征，而我国医药制造业劳动生产率不仅在国际比较中水平低下，在与本国其他行业相比时也不具备明显优势，说明我国医药制造业还处在低端环节，并不具备国际竞争力。

(3) 增加值率

增加值率是工业增加值与工业总产值的比率，反映工业生产新增价值与总生产价值的比例关系，是工业生产的经济效益水平的集中体现，工业增加值率越高，企业的附加值越高、盈利水平越高，投入产出的效果越佳。

从消费品各细分行业来看，我国食品工业增加值率相对较好，2007年为29.3%，仅低于英国（32.7%）和日本（35.4%）；纺织工业的增加值率在对标比较国家中处于劣势，仅比比利时高0.4个百分点，是英国的63%；皮革、造纸、医药工业的增加值率也处于相对较低水平，尤其是医药制造业增加值率明显低于2006年美国医药制造业51.2%的增加值率，与德国和日本医药工业增加值率相比，也相差几个百分点（德国为41.6%，日本为40.6%）。

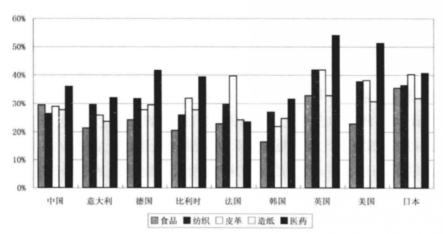


图16 主要国家2007年消费品工业增加值率对比图

表16 主要国家消费品行业增加值率

增加值率	食品		纺织		皮革		造纸		医药	
	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007
中国	27.0%	29.3%	24.9%	26.2%	24.1%	28.7%	25.9%	27.6%	35.6%	35.9%
意大利	22.7%	21.2%	30.7%	29.4%	23.7%	25.7%	26.4%	23.5%	35.1%	31.9%
德国	27.7%	24.1%	32.6%	31.6%	29.7%	27.6%	31.3%	29.3%	39.8%	41.6%
比利时	21.2%	20.4%	24.7%	25.8%	29.6%	31.8%	28.9%	27.6%	40.9%	39.2%
法国	23.4%	22.7%	29.8%	29.6%	42.4%	39.6%	25.7%	24.1%	28.8%	23.4%
韩国	16.6%	16.3%	30.6%	26.8%	23.7%	21.8%	30.0%	24.6%	28.4%	31.5%
英国	32.7%	32.7%	43.2%	41.8%	48.5%	41.8%	35.4%	32.7%	47.5%	54.0%
美国	25.6%	22.7%	33.9%	37.6%	39.0%	38.1%	34.2%	30.6%	47.9%	51.2%
日本	37.0%	35.4%	39.4%	36.3%	39.4%	40.2%	36.0%	31.8%	46.4%	40.6%

资料来源：OECD结构分析数据库。
注：美国食品数据为2005年，纺织、皮革、医药数据为2006年；日本食品数据为2005年，其余数据为2006年。

3.创新竞争力

创新是产业发展的关键动力和核心竞争力，R&D经费支出是科技发展和技术创新的财力保证，研发投入强度即R&D经费支出占GDP比重是目前国际通用的衡量科技活动规模、科技投入水平和科技创新能力高低的重要指标。

从国家层面来看，2008年我国R&D经费支出为665亿美元，位居美国、日本和德国之后，还不到美国的五分之一（2007年），日本的二分之一；研发投入强度为1.47%，低于美国（2.68%）、日本（3.44%）、韩国（3.47%）、欧盟等发达国家和地区，略高于意大利、俄罗斯和巴西，与印度相比优势较大。

从消费品工业各行业来看，2007年我国纺织工业的R&D经费支出为10.80亿美元，总量位居世界第一，但研发投入强度仅为1.0%，不到法国2006年值（5.65%）的五分之一，德国（2.10%）的二分之一；医药工业的研发能力与发达国家相比实力更弱，无论总量还是强度上都存在很大差距。2006年美国、日本、英国医药工业的研发投入强度就达到了40%左右，而我国2007年研发投入强度为2.88%，仅是发达国家的十几分之一。我国目前生产的药品中97%以上是仿制药物，几乎所有先进的制药技术都来自国外，新药市场基本为外资公司控制。

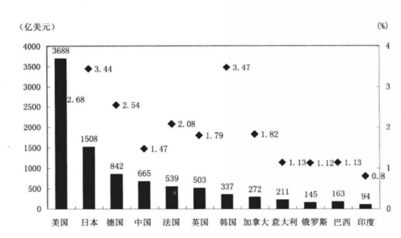


图17 主要国家2007年R&D经费支出对比图

资料来源：《中国科技统计年鉴2009》。

注：中国、加拿大、巴西为2008年数据；意大利为2006年数据。

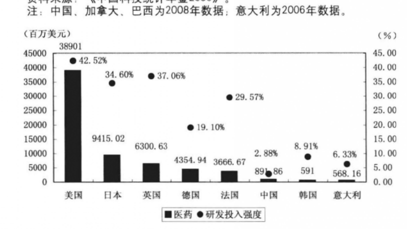


图18 主要国家2006年医药工业R&D经费支出对比图

表17 我国消费品工业（大中型工业企业）2008年研发经费、专利申请量

行业	专利申请数（件）		R&D人员全时当量（人年）		R&D经费（万元）	
	数量	占工业比	数量	占工业比	数额	占工业比
食品工业	2971	2.43%	30126	2.97%	779912	2.91%
纺织业	6695	5.48%	40286	3.97%	960712	3.58%
医药制造业	3917	3.21%	40192	3.96%	790879	2.95%
轻工：						
皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业	546	0.45%	3032	0.30%	54885	0.20%
家具制造业	1204	0.99%	1618	0.16%	37956	0.14%

续表

行业	专利申请数（件）		R&D人员全时当量（人年）		R&D经费（万元）	
	数量	占工业比	数量	占工业比	数额	占工业比
造纸及纸制品业	507	0.42%	7435	0.73%	256335	0.96%
文教体育用品制造业	1653	1.35%	3360	0.33%	57532	0.21%
塑料制品业	1283	1.05%	15398	1.52%	251088	0.94%
工艺品及其他制造业	1098	0.90%	4899	0.48%	65473	0.24%

资料来源：《中国统计年鉴2009》。

表18 主要国家消费品行业2006年R&D经费支出

单位：百万美元，%

	食品		纺织		皮革		造纸		医药	
	金额	强度	金额	强度	金额	强度	金额	强度	金额	强度
美国	3267	2.32%	594	1.63%	-	-	-	-	38901	42.52%
日本	2620.23	2.70%	414.58	3.09%	-	-	-	-	9415.02	34.60%
英国	501.11	1.16%	26.64	0.33%	-	-	-	-	6300.63	37.06%
德国	303.12	0.61%	216.02	2.10%	12.71	0.97%	74.33	0.51%	4354.94	19.10%
法国	472.04	1.23%	490.57	5.65%	5.76	0.32%	54.49	0.84%	3666.67	29.57%
中国	853.48	0.75%	1080.44	1.00%	74.3	0.37%	347	1.47%	891.86	2.88%
韩国	339.01	3.03%	64.38	0.64%	19.89	1.92%	16.27	0.40%	591	8.91%
意大利	117.57	0.36%	58.3	0.21%	26.51	0.25%	32.39	0.47%	568.16	6.33%

注：美国、英国和日本纺织的数据分类是：17_19：Textiles，textile products，leather and footwear，包含了皮革；美国、英国和日本食品的数据分类是：15_16：Food products，beverages and tobacco，包含了烟草，与其他国家不具可比性；中国数据为2007年值；法国食品数据为2003年。

4.企业竞争力

产业竞争力集中表现在企业的规模、品牌和技术水平上，本报告从各国企业在财富世界500强和品牌500强中的地位以及产业集中度的情况进行企业竞争力的集中对比。

(1) 财富500强

2010年度《财富》公布的全球500强企业中，消费品相关行业（不含零

售、批发、商业和医疗机构）共49家入围。从国别来看，世界范围的消费品工业企业大致分为三个梯队，美国企业的综合竞争力无疑是最强的，共有20家消费品工业企业入围世界500强，占了近一半的比例，遍及各细分行业领域，其中食品工业和药品工业企业最多，分别为8家和12家，纺织工业和轻工业也有1家和4家入围；日本、英国、德国、法国和瑞士占据第二梯队的位置，入围企业分别有6家、5家、4家、4家和3家；2010年，我国入榜企业数量有新的突破，共有54家企业榜上有名，但是仅有1家消费品工业相关企业——中粮集团入围，与韩国、新加坡、巴西、比利时、荷兰共同构成为第三梯队。

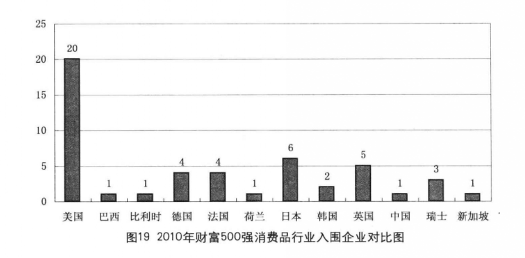


图19 2010年财富500强消费品行业入围企业对比图

从行业来看，全球范围内食品工业企业（含烟草）20家入围，医药工业企业共14家入围，轻工业有13家入围，纺织工业企业仅克里斯汀迪奥（法国）和耐克（美国）两家入围。瑞士的雀巢蝉联食品工业头把交椅，列500强第44位；强生（美国）、辉瑞（美国）、罗氏（瑞士）是世界前三大制药企业；日本、韩国和德国的家电产品仍然占据世界前列，欧莱雅集团（法国）、大日本印刷（日本）、国际纸业（美国）成为唯一入选世界500强的日用化学品、出版印刷和纸制品公司。

表19 2010年财富500强消费品行业情况表

类别	《财富》细分类别	2010排名	公司	国家	营业收入（百万美元）	利润（百万美元）
食品	食品	44	雀巢	瑞士	99114	9604
		422	达能集团	法国	20824	1892
	食品、消费品	121	联合利华	英国荷兰	55352	4684
		171	百事	美国	43232	5946
		179	卡夫	美国	40386	3021
	食品生产	88	ADM	美国	69207	1707
		172	邦基	美国	41926	361
		297	泰森食品	美国	27165	-537
		312	中粮集团有限公司	中国	26099	629
		353	丰益国际	新加坡	23885	1882
		496	JBS	巴西	17161	64
	烟草	331	菲利浦莫里斯	美国	25035	6342
		377	帝国烟草	英国	22760	1023
		387	英美烟草	英国	22157	4231
		416	日本烟草	日本	21335	1491
	饮料	196	百威英博	比利时	36758	4613
		245	可口可乐	美国	30990	6824
		404	可口可乐企业	美国	21645	731
		429	麒麟	日本	20503	525
		430	喜力	荷兰	20491	709
纺织	服装	453	耐克	美国	19176	1487
	服装服饰	338	克里斯汀迪奥	法国	24665	966

续表

类别	《财富》细分类别	2010排名	公司	国家	营业收入（百万美元）	利润（百万美元）
轻工	出版印刷	500	大日本印刷	日本	17053	251
	电子电气	32	三星电子	韩国	108927	7562
		40	西门子	德国	103605	3097
		47	日立	日本	96593	-1152
		65	松下电器	日本	79893	-1114
		67	乐金（LG）	韩国	78892	1206
		69	索尼	日本	77696	-439
	家居个人用品	66	宝洁	美国	79697	13436
		455	金佰利	美国	19115	1884
		457	汉高	德国	18866	837
	家用电器	498	惠而浦	美国	17099	328
	家用化学产品	342	欧莱雅	法国	24286	2491
	林产品、纸制品	362	国际纸业	美国	23366	663
医药	医疗保健	110	美可保健	美国	59804	1280
		439	费森尤斯集团	德国	19687	687
	制药	108	强生	美国	61897	12266
		140	辉瑞	美国	50009	8635
		153	罗氏	瑞士	47109	7169
		160	诺华	瑞士	45103	8400
		163	葛兰素史克	英国	44240	8626
		169	赛诺菲安万特	法国	43405	7318
		226	阿斯利康	英国	32804	7521
		250	雅培	美国	30765	5746
		294	默克（默沙东）	美国	27428	12901
		396	礼来大药厂	美国	21836	4329
		405	百时美施贵宝	美国	21634	10612
		463	勃林格殷格翰集团	德国	18630	2445

资料来源：根据《2010年世界500强排行榜》整理。

(2) 品牌500强

对于世界品牌的排名目前没有统一权威的标准，最有影响力的是由世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的“世界著名品牌500强”，由世界品牌实验室（World Brand Lab）编制的“世界品牌500强”以及由《商业周刊》评出的全球顶级品牌100强。

从任意一个榜单来看，我国消费品都缺乏国际知名品牌，总体上处在国际产业分工中的中低端，严重阻碍了产品价值的提升。2009年由世界品牌实验室公布的“世界品牌500强”中，我国有18家企业入围，而美国有241家企业；入围的消费品品牌共计128个，其中美国有52家，占40.6%，法国、英国、瑞士、意大利分别有16家、12家、11家和9家，我国仅有海尔和青岛啤酒两家上榜。

表20 2009年世界品牌实验室《世界品牌500强》消费品行业情况表

细分行业	国家	品牌	细分行业	国家	品牌
服装服饰	德国	阿迪达斯	打火机	美国	芝宝
	德国	黛安芬	家电、办公用品	德国	西门子
	德国	彪马		德国	博世
	法国	鳄鱼		韩国	乐金
	法国	索尼亚.里基尔		韩国	三星
	加拿大	宝姿		美国	惠而浦
	美国	盖普		日本	松下
	美国	李维斯		日本	日立
	美国	拉夫·劳伦		日本	东芝
	美国	Lee		日本	索尼
	瑞典	H&M		日本	佳能
	西班牙	ZARA		美国	吉列
	意大利	迪赛		瑞典	伊莱克斯
	意大利	贝纳通		中国	海尔
	意大利	华伦天奴	日化	德国	妮维雅
	英国	登喜路		法国	欧莱雅
	英国	锐步		法国	娇兰
奢侈品	法国	路易威登		法国	兰蔻
	法国	克里斯汀·迪奥		美国	高露洁
	法国	香奈儿		美国	庄臣
	法国	爱马仕		美国	雅诗兰黛

续表

细分行业	国家	品牌	细分行业	国家	品牌
奢侈品	法国	纪梵希		美国	旁氏
	意大利	古琦		美国	凡士林
	意大利	普拉达		美国	玉兰油
	意大利	范思哲		美国	多芬
	意大利	乔治·阿玛尼		美国	伊丽莎白·雅顿
	英国	巴宝莉		美国	雅芳
	奥地利	红牛		日本	花王
食品与饮料	比利时	贝克		日本	无印良品
	丹麦	嘉士伯		英国	联合利华
	法国	轩尼诗		英国	力士
	法国	酩悦香槟	游戏与玩具	丹麦	乐高
	法国	达能		美国	芭比
	法国	人头马	钟表与珠宝	美国	蒂芙尼
	法国	马爹利		瑞士	劳力士
	荷兰	喜力		瑞士	斯沃琪
	美国	可口可乐		瑞士	江诗丹顿
	美国	百事		瑞士	欧米茄
	美国	百威		瑞士	万国
	美国	箭牌		瑞士	百达翡丽
	美国	亨氏		瑞士	伯爵
	美国	卡夫		瑞士	爱彼
	美国	杰克丹尼		法国	卡地亚
	美国	金宝汤		意大利	宝格丽
	美国	家乐氏	制药	美国	强生
	美国	玛氏		美国	默克
	美国	好时		美国	辉瑞
	美国	康尼格拉		美国	邦迪
	美国	泰森食品		美国	百时美施贵宝
	美国	安海斯布希		美国	惠氏
	瑞典	绝对伏特加		美国	礼来
	瑞士	雀巢		美国	雅培
	英国	皇冠伏特加		美国	博士伦
	英国	尊尼获加		瑞士	罗氏
	英国	百加得		瑞士	诺华
	英国	吉百利	烟草	美国	万宝路
	英国	芝华士		美国	奥驰亚
纸制品	英国	帝亚吉欧		美国	菲利普·莫里斯

续表

细分行业	国家	品牌	细分行业	国家	品牌
纸制品	中国	青岛啤酒	农产品	美国	雷诺
	芬兰	斯道拉恩索		英国	英美烟草
	美国	舒洁		日本	日本烟草
	美国	惠好		美国	ADM
	美国	金佰利		美国	邦基
	美国	国际纸业		美国	农场工业

资料来源：根据《世界品牌500强》整理。

2010年，由世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的2009年度“世界著名品牌500强”[9]中，我国内地共有79个品牌企业上榜[10]，其中与消费品工业相关的仅有4个，即中粮集团、海尔集团、美的集团、魏桥创业集团。2009年《商业周刊》全球顶级品牌100强中，消费品工业企业44家，美国占18家，占比为40.9%，法国为7家，我国无一品牌在其中。

表21 2009年《商业周刊》全球顶级品牌100强消费品行业情况

序号	排名	公司	国家	品牌价值（百万美元）	主要业务
1	1	可口可乐	美国	68734	饮料
2	13	吉列	美国	22841	剃须刀
3	16	路易威登	法国	21120	奢侈品

[9]由世界著名品牌大会主办机构世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的“世界著名品牌500强”主要从多个角度考察年度入选品牌表现，采用的指标包括国际知名度、新闻影响力、效益增长速度和活力、企业品牌价值、应对国际金融危机和市场变化能力、国际交往水平、“关注民生、构建和谐”社会责任和公众认知度等。

[10]中国内地79个上榜企业分别为：中国石化、中国石油、国家电网、工商银行、中国移动、建设银行、中国人寿、中国银行、农业银行、中化集团、南方电网、宝钢集团、中铁股份、铁建股份、中国电信、中国建筑、中国海油、远洋运输集团、中粮集团、中国联通、五矿集团、交通建设集团、上汽工业集团、中钢集团、河北钢铁集团、百联集团、冶金科工集团、一汽集团、中信集团、东风汽车、华能集团、航空工业集团、兵器装备集团、兵器工业集团、沙钢集团、神华集团、邮政集团、平安保险集团、首钢总公司、中国人保集团、交通银行、中国铝业、武汉钢铁集团、华为集团、中国化工集团、华润集团、山东钢铁集团、海尔集团、广汽工业集团、联想集团、浙江物产集团、航空油料集团、船舶重工集团、苏宁电器、大唐集团、太原钢铁集团、铁路物资总公司、太平洋保险集团、机械工业集团、天津市中环电子信息集团、上海电气集团、鞍山钢铁集团、外运长航集团、国电集团、山西煤销运销集团、中国华电集团、益海嘉里投资、河南煤业化工集团、美的集团、魏桥创业集团、海运集团、马钢集团、天津市物资集团、天津汽车工业集团、山西焦煤集团、中煤能源集团、电力投资集团、电子信息产业集团、湖南华菱钢铁集团。

续表

序号	排名	公司	国家	品牌价值（百万美元）	主要业务
4	17	万宝路	美国	19010	卷烟
5	19	三星	韩国	17518	消费电子
6	21	H&M	瑞典	15375	服装
7	23	百事	美国	13706	饮料
8	25	雀巢咖啡	瑞士	13317	饮料
9	26	耐克	美国	13179	运动用品
10	29	索尼	日本	11953	消费电子
11	30	百威	美国	11833	啤酒
12	33	佳能	日本	10441	办公用品、摄影器材
13	34	家乐氏	美国	10428	食品
14	41	古琦	意大利	8182	奢侈品
15	42	飞利浦	荷兰	8121	消费电子、照明
16	44	欧莱雅	法国	7748	日化
17	47	西门子	德国	7308	电子电气
18	48	亨氏	美国	7244	食品
19	50	ZARA	西班牙	6789	服装
20	51	箭牌	美国	6731	食品
21	52	高露洁	美国	6550	日化
22	58	雀巢	美国	6319	食品
23	59	香奈儿	法国	6040	奢侈品
24	60	达能	法国	5960	食品
25	62	阿迪达斯	德国	5397	运动用品
26	67	雅芳	美国	4917	日化
27	68	劳力士	瑞士	4609	奢侈品
28	70	爱马仕	法国	4598	奢侈品
29	71	舒洁	美国	4404	纸制品
30	75	松下	日本	4225	消费电子
31	76	蒂凡尼	美国	4000	奢侈品
32	77	卡地亚	瑞士	3968	奢侈品
33	78	盖普	美国	3922	服装
34	80	强生	美国	3847	制药
35	82	酩悦香槟	法国	3754	酿酒
36	84	皇冠伏特加	英国	3698	酿酒
37	86	妮维雅	德国	3557	日化
38	87	普拉达	意大利	3530	奢侈品
39	89	阿玛尼	意大利	3303	奢侈品
40	91	兰蔻	法国	3235	日化

续表

序号	排名	公司	国家	品牌价值（百万美元）	主要业务
41	97	彪马	德国	3154	运动用品
42	98	巴宝莉	英国	3095	奢侈品
43	99	拉夫劳伦	美国	3094	奢侈品
44	100	金宝汤	美国	3081	食品

资料来源：根据《全球顶级品牌100强》整理。

(3) 产业集中度

现代产业组织理论认为，集中度的高低是衡量产业组织规模经济状况的重要指标。国外学者根据集中度对产业市场结构进行分类，根据分类标准可以判断产业结构类型。

表22 产业市场结构一般分类标准[11]

类型	标准
分散型	$CR^8 \leqslant 20\%$
一般竞争型	$20\% < CR^8 \leqslant 40\%$
一般集中型	$40\% < CR^8 \leqslant 70\%$
寡占型	$CR^8 > 70\%$

从全球主要产业的市场结构的历史演变来看，寡占型和竞争型市场结构是交替出现的，上世纪末以来，全球性的产业组织则呈现出以寡占型为主的市场结构。以美国为例，从20世纪40年代到60年代，工业集中度缓慢增长，寡占型市场结构特点较强；从20世纪60年代到80年代，工业集中度逐步下降，竞争性市场结构呈加速发展的趋势。如美国工业制造业20个行业的CR^4，1982年与1963年相比，出现下降的行业有11个，占全部制造业的55%；

[11]注：美国学者贝恩在其《产业组织》中最早根据产业前4位和前8位集中率指标，将市场结构分为高度寡占型、高度集中寡占型、中（上）集中寡占型、中（下）集中寡占型、低集中寡占型、原子型6种类型。在贝恩分类的基础上，日本学者植草益在基《日本的产业组织》中，根据1963年的日本统计资料，将日本产业市场结构粗分为寡占型（CR8≥40）和竞争型（CR8<40%）两类。其中，寡占型又细分为极高寡占型（CR8≥70%）和低集中寡占型（40%≤CR8<70%）；竞争型又细分为低集中竞争性（20%≤CR8<40%）和分散竞争型（CR8<20%）。CR8是行业前八位企业的市场份额占全行业市场总额的百分比表示，记为CR8。

从CR8看，1982年与1963年相比出现下降的行业有12个，占全部制造业的60%。进入20世纪90年代，美国工业集中度转为上升。如1982年至1992年，在美国20个制造业中，CR^4出现上升的有13个，占65%，CR^8出现上升的有11个，占55%。

21世纪之初，除了极少数新兴的尚未形成“行业”的产业，几乎没有哪个产业没有寡头，没有垄断，产业集中度高是主要特点。目前主要产业全球范围内的寡头垄断格局已经形成。在全球寡占市场结构业已形成的国际环境下，提高本国企业所占的世界市场份额成为了各国政府及企业优先追求的目标，企业在国内市场上的非行政垄断成为一些国家产业政策的鼓励内容。

2010年度《财富》杂志公布的全球最大500家公司中消费品工业企业49家，其中美国占20家，占41%。表明消费品工业的重要行业已处于垄断和寡占地位。从行业的绝对集中度[12]近似地看，2008年我国造纸印刷行业的CR^8为11%，纺织服装行业的CR^8为10%，食品饮料行业的CR^8为10%，2009年我国医药工业CR^{10}为11.5%，美国CR^{10}达51%，说明我国造纸、纺织服装、食品饮料、医药等工业产业结构为分散型，集中度低；美国医药工业产业结构为一般集中型，集中度较高。

5.要素竞争力

要素竞争力，是指为消费品工业发展提供所需的劳动力、资本、技术等要素的能力，它决定着消费品工业在吸引和利用产业资源方面的能力和条件。本报告主要从劳动力成本和原材料等角度进行分析。

(1) 劳动力成本

廉价劳动力一直是我国吸引投资特别是吸引境外资本的最大优势之一，对消费品行业尤其如此。2007年我国食品、纺织、皮革、造纸、医药等工业人均劳动力成本分别为2197美元/年.人、2055美元/年.人、2168美元/年.人、2219美元/年.人和2900美元/年.人，而同期美国的成本分别为46658美元/年.人、38650美元/年.人、41566美元/年.人、70581美元/年.人和

[12]行业绝对集中度：指行业前几位企业的产量或市场份额占全行业产量或市场总额的百分比。

116810美元/年.人，是我国的20—40倍。

从近年来的发展趋势看，东南亚和南亚国家在劳动力的供应方面和我国相比，有自己独到的优势。印尼、越南、菲律宾拥有大量比我国更廉价的劳动力。2005年，印尼食品、纺织、皮革等工业的劳动力成本分别为1206美元/年.人、975美元/年.人、1282美元/年.人，仅为我国的二分之一左右；而印度除了成本较低以外还有一个重要优势，即由于人口增长率较高，年轻劳动力的储备比我国丰富，且劳动力的英语水平和理工方面的技能比较高。

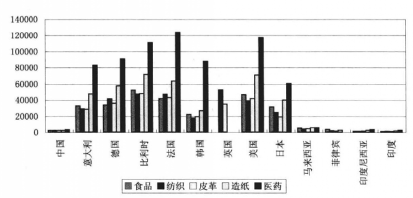


图20 主要国家2007年消费品工业劳动力成本对比图

尽管低劳动力成本的竞争优势是我国经济快速增长的发展优势，但近年来我国国内出现了某种程度的劳工荒，一些企业选择到劳动力价格更加低廉的东南亚、南亚国家发展，甚至我国资本也加大了进军东南亚的力度。劳工荒及劳资矛盾等社会问题的日益突出，标志着我国廉价劳动力时代正在逐渐消失，但是这将更加有利于打破我国长期以来依靠廉价劳动力的经济发展模式，从而有利于从根本上转变经济增长方式，提高经济发展的效益和人民的生活水平。

表23 主要国家消费品工业人均劳动力成本

单位：美元/年.人

劳动力成本	食品		纺织		皮革		造纸		医药	
	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007
中国	-	2197	-	2055	-	2168	-	2219	-	2900
意大利	18681	32741	16566	28875	15620	28714	25449	47652	46392	82726
德国	21889	33783	24618	41313	22491	35928	36122	57575	51469	90891

续表

劳动力成本	食品		纺织		皮革		造纸		医药	
	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007	2000	2007
比利时	29449	52423	25255	47581	24856	48034	39480	71601	56176	110880
法国	23230	41490	23761	47261	22761	42943	35832	63325	84438	123536
韩国	12867	22000	8792	17911	11212	19536	13550	26797	36168	87900
英国	36314	-	24334	52611	25240	34897	-	-	-	-
美国	38771	46658	29699	38650	31711	41566	53512	70581	82968	116810
日本	29543	31233	24445	24463	21830	19154	42511	39745	67164	60557
马来西亚	-	5040	-	4105	-	4378	-	5583	-	5845
菲律宾	-	3395	-	1845	-	1279	-	2441	-	-
印度尼西亚	-	1206	-	975	-	1282	-	2376	-	3168
印度	-	929	-	1159	-	935	-	1572	-	2494

资料来源：OECD结构分析数据库；联合国工发组织数据库。
注：马来西亚、菲律宾、印度尼西亚的值为2005年，印度为2004年。

(2) 原材料

从消费品工业各行业来看，我国纺织工业生产能力位居世界第一位，但是我国纺织纤维资源有限，近年来，我国每年棉花进口量占加工总量的30–40%，绵羊毛进口量占75%，亚麻纤维进口量占70%，黄麻纤维进口量几乎占100%，粘胶纤维生产用的浆粕进口量占60%，合成纤维生产用的石化原料进口量近60%[13]；我国造纸工业企业大都以麦草和废纸为主要原料，造纸原料木浆严重匮乏，进口木浆、废纸浆占我国全部纸浆耗用量的39%左右。对食品工业来说，2010年经合组织和联合国粮农组织发布的《2010–2019年农业展望》报告显示，未来10年平均粮食价格将处于较高水平，粮食安全状况仍令人担忧。报告预测，未来10年小麦和粗粮的平均价格将比1997–2006年期间的平均水平提高15–40%（通胀调整后的实际价格）；植物油的实际价格预计将上涨40%；奶制品价格的平均涨幅将在16–45%之间。

(3) 利用外资

根据《2009年世界投资报告》，我国是吸引外资的大国。2008年，我国

[13]《2009/2010中国纺织工业发展报告》。

共接受外国直接投资1083.1亿美元，排名世界第三；但我国不是对外投资大国，前十位中榜上无名。说明：其一，我国企业实力弱，通过跨国投资在全球配置资源的能力还较弱；其二，我国目前仍然是一个资金缺乏国家，仍然处于资本积聚阶段；其三，我国消费品工业属于竞争性行业，在短期内还不可能产生大的跨国公司，品牌也不可能在短期内具有全球影响力；其四，我国企业对世界规则的话语权、标准的影响力还要有一段时间。

表24 2008年对外直接投资最多的十个国家和地区

单位：亿美元

排名	国家/地区	2008年	2007年
1	美国	3118.0	3783.6
2	法国	2200.5	2246.5
3	德国	1564.6	1795.5
4	日本	1280.2	735.5
5	英国	1114.1	2754.8
6	瑞士	863.0	496.6
7	加拿大	776.7	596.4
8	西班牙	773.2	960.6
9	比利时	682.8	939.0
10	中国香港	599.2	611.2

资料来源：《2009年世界投资报告》。

表25 2008年接受外国直接投资最多的十个国家和地区

单位：亿美元

排名	国家/地区	2008年	2007年
1	美国	3161.1	2711.8
2	法国	1175.1	1579.7
3	中国	1083.1	835.2
4	英国	969.4	1833.9
5	俄罗斯	703.2	550.7
6	西班牙	655.4	281.8
7	中国香港	630.0	543.7
8	比利时	596.8	1107.7
9	澳大利亚	467.7	443.3
10	巴西	450.6	345.9

资料来源：《2009年世界投资报告》。

国际金融危机以来由于中国经济在全球经济当中表现突出，对跨国公司来说，很难找到其他更加具有经济增长活力的国家来替代中国，因此危机

后外资企业特别是美国和欧洲的一些跨国企业增强了对中国的投资信心。但是一方面，跨国公司的投资能力可能受到金融危机的影响而有所下降，反映在外资的总利用规模上可能会出现一些反复；另一方面，跨国公司的对华投资战略也在做一些相应的调整，比如优化其全球产业链以适应中国要素价格上涨等一些新情况[14]。

(4) 人才

我国在专业人才培养方面与国外存在较大差距，主要反映为教育为产业服务不够。据统计，我国技能劳动者总量占全国城镇从业人员的1/3，而发达国家技能劳动者占从业人员总量的比重达到50%以上；高级工以上（包括技师和高级技师）占技能劳动者总量的22.6%，远低于发达国家30%的水平。各类专业人才匮乏是困扰我国轻纺产品质量发展的软肋。以制鞋专业的人才情况为例，全国每年的中等专业以上的毕业生不过1000人，其中本科以上毕业生不过200人，所学课程内容仍以传统的设计方法为主[15]。

6.环境竞争力

产业环境是促进企业成长和吸引外部产业资源的关键因素，对消费品工业来讲可以从与相关产业的协调关系，以及产品质量安全的体制机制等方面予以评价和分析。

(1) 相关支持产业

——我国工农业特别是农业与轻工业协调发展方面与发达国家差距较大。一方面农产品加工企业与农户之间利益联结机制不完善，分散的农业生产提供的原料在品种、品质、规格、规模、标准等方面远不能适应农产品加工业的要求。例如，我国小麦种植面积和产量均为世界第一，但适宜加工的高面筋蛋白含量的小麦品种严重缺乏；苹果种植面积和产量均为世界第一，但适宜生产高档苹果汁的苹果种植基地基本没有。另一方面，我国农产品产后加工程度仅为20%，而发达国家在90%以上；我国深加工（二次以上加工）农

[14]国务院发展研究中心产业经济研究部部长冯飞接受《环球》杂志采访稿。

[15]工信部消费品工业司《消费品工业轻纺行业质量调研报告》二〇〇九年十月三十日。

产品只有20%左右，而发达国家占80%以上；2004年我国农产品加工业总产值与农业总产值之比为1.2：1，而发达国家为2.2—3.7：1；发达国家从事农产品加工业的劳动力远远多于从事农业生产的劳动力，而我国正好相反[16]。

——重工业与消费品工业协调发展方面存在差距，这反映在重工业对消费品工业装备服务能力与水平滞后。总体生产装备水平偏低已经成为制约我国消费品工业产品质量提升的瓶颈。如铅酸蓄电池、锂离子电池龙头企业的核心设备全部依赖进口；照明电器行业，规模较大、产品质量较高的企业很多装备均是从国外进口；食品药品生产的高端设备、核心部件和关键技术仍大量依赖进口；精度要求高的农产品加工与包装机械及零部件仍大量依赖进口。同时，在引进国外先进设备时，消化吸收和自主创新不够，国产设备技术含量低，自动控制系统与工艺流程设计和机械制造脱节，产品性能稳定性与配套性差，精度和自动化程度不高。中药产业整体的制剂设备仅相当于国际上70年代水平，品种规格少，系统化、标准化、配套能力差，自动化水平低，质量检测装备发展滞后。

(2) 质量安全体制机制

产品质量安全的体制机制是评价产业环境好坏的重要标准。产品质量安全已成为衡量一个国家消费品工业竞争力的重要内容，是行业生存的基本条件，更是提升竞争力的核心。

目前，我国在标准体系与质量控制体系方面与发达国家存在较大差距。发达国家的消费品质量安全标准法规体系建设起步较早，其众多官方和非官方组织，按照各自的责任权限制定了系统、配套、先进、实用的标准体系和法规体系。美国早在1917年就制定颁布了第一部农业标准，加强农产品质量管理；颁布了《消费品安全法》、《联邦食品、药物和化妆品法》（FFDCA）、《联邦肉检验法》（FMIA）、《禽肉制品检验法》（PPIA）、《蛋制品检验法》（EPIA）、《食品质量保护法》（FQPA）、《公共健康服务法》以及《婴幼儿食品法》等，以标准为依据强化农产品从农田到餐桌的生产加工过程监控，加强农产食品原料中农药残留、兽药残留、毒素及放射性污染的标准化监测，

[16]王喆《中国农产品加工新实践》 中国农业科学技术出版社2006年3月第1版。

强制性要求在农产食品生产加工过程中建立实施HACCP等标准化管理体系。我国农产品加工产品则普遍存在标准滞后、制定周期长、标准水平偏低的问题，不适应我国民生的要求。我国近500个农产品加工业卫生标准基本涵盖了食品安全管理的各个方面，有的标准与国际食品标准不接轨[17]。据统计，约占总数4/5的国家药品标准存在老化问题[18]。根据毕马威会计师事务所（KPMG）2008年发布的报告，印度有75家制药厂通过了美国食品药品管理局（FDA）的检查，是美国以外地区获得FDA批准工厂数量最多的国家。2007年7月，浙江华海药业的萘韦拉平制剂通过美国FDA的现场检查，实现我国制剂产品在美国注册上市零的突破。目前已有14家国内企业制剂生产设施通过欧美发达国家认证，但远落后于印度。

小结：

通过对比分析得出，当前我国消费品工业的总体特征是大而不强，竞争力较弱，产业发展水平与发达国家相比存在较大差距，但在局部领域表现出相对较强的竞争实力和潜力。

从消费品工业总体看，我国无论在工业总产值、工业总产值增长率，还是进出口贸易总量、进出口贸易增长率上，都处于全球领先地位。但是，我国消费品工业的核心竞争能力较弱，企业规模小，各行业的产业集中度（CR[8]）约10%；跨国企业数量和国际品牌数量非常少，进入世界500强的只有中粮集团，进入世界品牌500强的也只有海尔集团和青岛啤酒；在创新方面，各行业的研发投入都低于发达国家；从效益上看，我国消费品工业的发展与其他国家的差距较大，利润率低（约为5.5%）、劳动生产率低（如纺织为1万美元/年.人）。从不同行业的国际竞争力看，纺织、皮革、轻工在全球的竞争中具有一定的实力，而食品和医药的竞争力相对更弱。对具体每一个行业，鉴于指标数据的可比性，我们从总产值、劳动生产率、研发投入强度、劳动力成本和增加值率这五个维度对比我国与法国、意大利、美国、日本和印度等国

[17]王喆 《中国农产品加工新实践》 中国农业科学技术出版社2006年3月第1版。

[18]工业和信息化部消费品工业司 《消费品工业食品药品行业质量调研报告》二〇〇九年十月三十日。

之间的差距，见图21—25。透过图形并结合之前的数据，可以明确看到我国在总产值和劳动力成本上具有一定的优势，但研发投入强度和劳动生产率远低于其它国家。

综合以上分析并结合各国发展现状，可以得出以下大致结论：目前美国是世界最大的医药工业、食品工业、奢侈品工业强国，也是家居个人用品、家电、家具、服装、造纸、皮革、五金、照明电器等工业强国；英国是世界的医药工业和食品工业强国；德国是世界的医药、家居个人用品以及轻工、食品、纺织和专用装备制造强国；法国是世界食品工业、制药工业、服装制造业、奢侈品制造业强国；意大利是世界的纺织服装和奢侈品生产强国，也是家电、皮革等工业强国；日本是世界的家电、办公用品、食品、模具、照明电器等工业强国。应该说，从产业链和价值链上看，我国仅是在产业链的生产环节和价值链的加工环节处于世界大国地位，我国消费品生产和加工的装备、技术、工艺以及部分原料等产业链和价值链的关键要素主要是还是依靠进口，产品研发设计和营销渠道等产业链和价值链的关键环节仍受国外掌控。

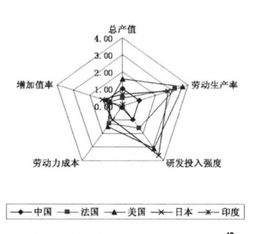


图21 主要国家食品工业各指标对比图[19]

[19]坐标轴数值反映各国各指标的相对倍数，不代表实际值，图22-25同理。

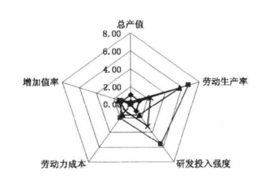


图22 主要国家纺织工业各指标对比图

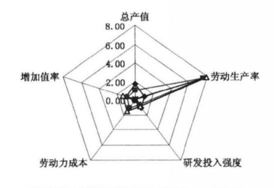


图23 主要国家皮革工业各指标对比图

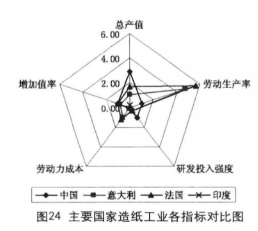


图24 主要国家造纸工业各指标对比图

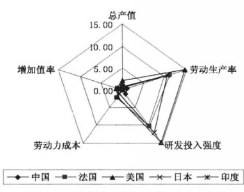


图25 主要国家医药工业各指标对比图

专栏3 我国消费品工业在世界消费品工业发展中所处的阶段

从工业化进程来看，发达国家基本上都进入了后工业化时代，其消费品工业相应地也处于后工业化进程中。中国国家信息中心将我国新中国成立以来的经济发展阶段大致分为以下三个阶段：第一阶段是前工业化时期（1949年—1972年）；第二阶段是工业化初期阶段（1973年—1994年）；第三阶段是工业化中期阶段（1995年至今）；2014年结束工业化中期阶段，2015年进入工业化后期。根据其划分，目前我国消费品工业作为国民经济和工业的组成部分，也大体处于工业化中期阶段。从工业化进程上看，我国消费品工业与发达国家相差1.5个工业化时代。美国于20世纪70年代以后进入后工业时代，总体上比我国先行半个世纪。除了与发达国家在发展时间阶段上存在差距，重要的是在消费品工业发展的水平和层次上与发达国家差距更大。

（三）我国消费品工业优劣势分析

上文应用数据对我国消费品工业的发展进行了实证分析，本节主要在深入探究我国消费品工业的发展状况和趋势的基础上，揭示产业竞争中的优

势和劣势。

在要素条件方面，我国劳动力成本相对低廉、资源比较丰富，因而我国消费品生产成本较低，产品具备了较强的国际竞争力。但是这两方面的优势正在削弱。从知识资源看，我国消费品工业自主创新能力不强，研发投入不足，技术水平与发达国家差距较大。高技能技术工人的愈发紧缺以及劳动生产率的相对低下也日益成为制约消费品工业发展的瓶颈之一。从资本资源看，虽然纺织、家电、皮革等行业的总产值位居世界首位，但具体到企业，规模小、品牌效应低、利润率较低、资本周转率不高，企业资本再投入相对较少。

在需求方面，我国消费市场规模庞大，增长潜力有待释放，而且随着我国人口结构变化、消费结构升级和居民收入的增长，消费领域将进一步拓展，这为我国消费品工业的发展提供了广阔空间。不过由于我国社会保障体系尚不健全，教育、养老、住房等方面压力较大，因此短期内消费增长动力不足，再加上国际金融危机的影响，国外需求锐减，消费品工业短期内将面临比较大的挑战。

在政策环境方面，我国扩大内需与新兴产业扶持政策将为消费品工业带来新的发展机遇。但从世界范围来看，受国际金融危机的影响，经济发展模式正悄然变革，发达国家“再工业化”现象突出，发展中国家“内需化”趋势明显，而且各国都普遍开始对本国消费品行业采取保护措施，这使得贸易争端和摩擦不断增加，行业竞争更加激烈。此外，国际货币体系博弈的加剧，也会对我国消费品工业技术设备的引进、原材料采购和商品出口构成较大影响。不过，新兴经济体市场需求的增长以及人民币区域化、国际化进程的提速，则为消费品工业的发展和出口格局调整提供了比较好的机会。

在相关产业方面，我国的消费品工业已形成上下游产业链配套、产销研一体化发展的格局，发展成为比较具有国际竞争优势的产业集群。但同时，我国工农业特别是农业与轻工业协调发展方面与发达国家差距较大，重工业对消费品工业装备服务能力与水平滞后，总体生产装备水平偏低已经成为制约我国消费品工业产品质量提升的瓶颈。

在未来趋势方面，消费品品牌化、个性化、差异化趋势日渐显著、引导和创造消费需求正逐渐成为产业发展的主流，同时，绿色、低碳、环保的趋势

不可避免。为了适应这一潮流，应对激烈的行业竞争，消费品工业原来的单一竞争模式正逐渐被产业链整合竞争模式取代，这必然促使终端渠道与制造商之间的博弈更趋激烈。而产业链和企业集群竞争模式的发展，将促使原来产业资本间的竞争演变为产业和金融资本联合的竞争。

由此可见，我国消费品工业在未来将受到巨大挑战，有必要有效利用国内庞大的消费市场及消费结构转变和经济全球化的机遇，保持优势，改善劣势。

1.优势分析

相对于发达国家，我国消费品工业具有的主要比较优势在于：一是我国纺织、家电、皮革等行业的规模竞争力较强，总产值位居世界首位。从贸易总额情况来看，我国纺织工业竞争力最强，成为全球第一大纺织品服装贸易国，并且其他国家与我国的差距越来越大；轻工业竞争力也较强，目前贸易总额位居世界第二。二是生产加工的劳动力成本优势。三是生产加工的土地成本优势。四是外资优惠待遇优势。首先，自改革开放以来到2008年内外资企业所得税统一前，外资企业在我国均享受超国民待遇，外资消费品工业企业享受比内资消费品工业低约50%的税收优惠待遇，享受其在母国同行所没有的政策。其次，在环保、安全、社保、社会责任方面享受其在母国同行所没有的优惠待遇。

相对于发展中国家，我国消费品工业具有的主要比较优势在于：一是相对于越南、孟加拉等发展中国家，我国具有完整工业体系和产业链优势。如越南、孟加拉等纺织工业自身配套体系不完整，服装业所需的纺织品、纺织机械等要从我国进口。在承接发达国家消费品工业产业链的中高端环节转移中，相对于其他发展中国家，我国具有较强的比较优势。二是相对于南美、东欧、南亚和东南亚等发展中国家，我国具有消费品世界加工制造中心和采购中心的先发优势，其他发展中国家短期内难以替代。三是相对于其他发展中国家，我国经济水平较高，内需市场庞大，劳动力供给充分，农副产品丰富，农业、重工业、信息产业发展较快，交通运输、基础设施相对完善，发展消费品工业的综合比较优势较强。

虽然我国的消费品工业东部沿海地区的生产成本已经远远超越印度等发展中国家，但我国具有整体性优势，如制造业规模、员工的素质、基础设施等，特别是我国有非常广阔的市场。因此，"15年内，中国制造业的前景仍将是世界最好的"[20]。国务院发展研究中心最新一次对1500余家在华外资企业的调查显示，我国仍是海外产业转移的重要地区，且未来转移的重点将是高端制造业、区域研发中心和现代服务业。调查显示，外资企业继续看好我国的首要原因在于巨大的国内市场；其次是我国的规模经济优势，这两大优势可抵消劳动力等成本增长[21]。

2.劣势分析

综合地讲，我国是世界消费品的生产大国，但还不是世界消费品工业强国，我国在消费品生产环节的国际竞争力较强，存在较大的比较优势，但也存在明显的比较劣势，主要体现在：

一是我国食品、造纸和医药工业的规模竞争力与世界第一的美国还有较大差距。我国食品、医药工业贸易总量较小，食品贸易总量位于美、日、欧等国家和地区之后，医药工业与世界医药发达国家的绝对差距仍然在不断扩大。我国消费品工业平均利润率为5.5%，低于世界发达国家的利润水平。与世界发达国家相比，我国消费品工业劳动生产率比较低下，皮革工业的劳动生产率最低，医药工业与发达国家的差距最大。消费品各行业研发投入强度较低，特别是医药工业的研发能力与发达国家相比更弱。

二是我国消费品工业规模位居全球前列，国际市场占有率在不断提高，但没有产品定价权、规则话语权和标准制定权，我国主要依靠大量生产质优价廉的产品来供给国际市场，主要靠由劳动力、土地、原材料和能源等价格较低形成的比较优势和贴牌产品来占领市场。

三是如前竞争力实证研究所述，我国多项竞争力指标都较弱，特别是我国缺少跨国公司和国际品牌企业，表明我国消费品工业企业家能力、全球化

[20] "制造业产能过剩引爆变局 中印引领新格局"来源：http://www.sina.com.cn 2009年05月25日 10:33 环球时报。

[21] "美国应接受中国劳动力价格上升" 2010-6-22《联合早报网》。

运作能力、国际市场的资源配置能力较弱，缺乏自己的国际营销供应网络和跨国经营优势。

四是长期以来消费品工业粗放型的增长方式还没有根本改变，传统的高投入、高消耗、高污染、低产出、低效益的发展方式与资源、环境之间矛盾日益尖锐，创新发展、内生发展、智能发展、低碳发展、可持续发展等方面与发达国家相比差距还比较大。

五是企业社会责任不强，遵纪守法意识有待进一步提高。部分外资企业恶意并购我国优势企业，力图控制我国市场，国内居民对“中国制造”缺乏信任，科技界、教育界对工业缺乏强力支持，农轻重关系欠协调，标准化工作和知识产权保护状况仍然堪忧，宏观经济调控政策、法治环境建设和监管体系有待完善。

通过以上对我国消费品工业竞争力的分析可以看出，当前我国消费品工业的产业发展水平与发达国家相比存在较大差距，而且这个差距不是短期（5年）能够逾越的，甚至在较长时期（10年）内也是难以逾越的。国内一些研究机构提出的到2020年我国消费品工业实现由大国向强国跨越的判断，是过于乐观和不切实际的。我国与发达国家的竞争力差距是一个动态过程，缩小差距至少需要20—30年。今后20—30年内，我国消费品工业的战略目标和任务应是促进由大国向强国转变。

Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

消费品工业
区域布局分析

三、消费品工业区域布局分析

消费品工业区域布局日益重要。区域布局是否合理关系到消费品工业发展方式转变和结构调整能否顺利实现，也关系到消费品工业能否实现改造提升与转型升级，能否实现全面、协调和可持续发展。因此，有必要单列一部分专门研究消费品工业区域布局问题。

（一）国内消费品工业转移的现状和趋势

目前我国消费品工业的区域布局是在多次产业转移与集群的变迁中形成的，而历次产业变迁是国家宏观调控和市场机制作用的结果。总体而言，国内消费品工业经历了产业集聚于中西部地区、由中西部地区向东部地区转移集聚、再由东部地区向中西部地区转移三个阶段。促成这一变迁的因素是多元而复杂的，体现出我国消费品工业发展的深层次矛盾和客观要求。

1.总体描述

(1) 新中国成立初期消费品工业由东部地区向中西部地区转移

新中国成立初期，我国优先发展重化工业不但加剧了“二元经济结构”，也使消费品工业滞后发展，在工业结构中所占比重较小，而计划经济体制下政府出于对经济安全的考虑，将国有的消费品企业主要建立在中西部地区，甚至将某些东部地区的企业迁往中西部地区，因此中西部地区成为消费品工业的集聚区。表26是1949–1978年我国消费品工业产值占工业总产值比重。

表26 1949–1978年我国消费品工业产值占工业总产值比重

年份	占工业总产值比重%	
	消费品工业	重工业
1949	73.6%	26.4%
1952	64.5%	35.5%
1957	55.0%	45.0%
1962	47.2%	52.8%
1965	51.6%	48.4%
1970	46.2%	53.8%
1975	44.1%	55.9%
1976	44.0%	56.0%
1977	44.9%	55.1%
1978	43.1%	56.9%

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986》。
注：此处消费品工业总产值统计口径采用《中国工业经济统计年鉴》中轻工业的口径。

表26显示，新中国成立时，消费品工业占工业总产值比例接近重工业比例的3倍，但很快被赶超，至1962年，重工业比重已经超过消费品工业5个百分点，随后逐年攀升，体现出新中国成立初期中央集中力量优先发展重工业的战略部署。比较东部地区和中西部地区消费品工业的比重变化能够发现产业转移和集聚的趋势（表27）。

表27 1952–1985年消费品工业总产值东部和中西部分布情况

区域	单位	绝对数			1985–1952年增长	占全国消费品工业的比重		
		1952年	1980年	1985年		1952年	1980年	1985年
全国	亿元	221.1	2343.6	4113.5	21.2倍	100	100	100
东部	亿元	158.1	1528.2	2681.4	19.1倍	71.5	65.2	65.2
中西部	亿元	63.0	815.4	1432.1	26.0倍	28.5	34.8	34.8

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986》。
注：（1）工业总产值1952年是按1952年不变价格计算，1980年是按1970年不变价格计算，1985年是按1980年不变价格计算，增长速度按可比价格计算。
（2）东部采用沿海地区口径，包括北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、广西；中西部采用内地口径，包括山西、内蒙、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南、四川、重庆、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆。
（3）此处消费品工业总产值统计口径采用《中国工业经济统计年鉴》中轻工业的口径。

从1952年至1980年，中西部地区消费品工业的增长速度高于东部地区，比重相对东部地区也不断提升，显示产业由东部向中西部转移的态势。1980年东部消费品工业产值为1952年的9.6倍，而中西部消费品工业产值达到了

1952年的12.9倍，相对东部有更大发展。而1980年中西部消费品工业的比重由1952年28.5%提高到了34.8%，东部产业比重由71.5%下降到65.2%，表明新中国成立初期至改革开放初期东部消费品工业有西移趋势。

(2) 改革开放以来消费品工业返向东部转移集聚

改革开放以来，随着市场经济体制的逐步确立，生产要素进入市场流动，并通过市场高效配置，消费品工业由要素成本高昂区域向要素成本低廉区域转移，东部的人才、技术和资金集聚形成的规模效应和相对完善的基础设施使其成为中西部消费品工业转移的首选，形成了东部地区消费品工业的高度集群。改革开放使消费品工业进入活跃发展期，比重明显提升，1994年消费品工业总产值占国内工业总产值的47.1%，比1978年提高了4个百分点。其中，东部消费品工业发展迅速，至1990年，东部沿海城市的消费品工业产值已超过重工业近80亿元（见图26）。

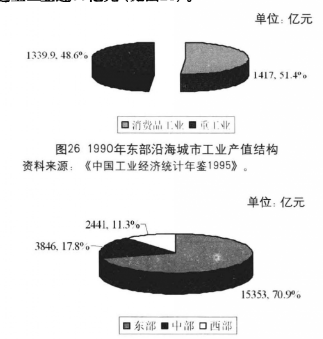


图26 1990年东部沿海城市工业产值结构

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1995》。

图27 1994年消费品工业产值东中西部分布情况

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1995》。

注：（1）按照现行价计算。

（2）东部是指北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南（暂未包括台湾省），中部是指山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北、湖南，西部是指内蒙古、广西、四川、重庆、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆。

1994年，东部消费品工业产值占国内消费品工业总产值比例达71%，比1985年提高6个百分点，表明改革开放后消费品工业快速向东部返向集聚。图28显示1994—2005年间，中西部的消费品工业继续向东部转移，2005年东部产业比重达到最高峰，为78%，西部产业比重降为9%。

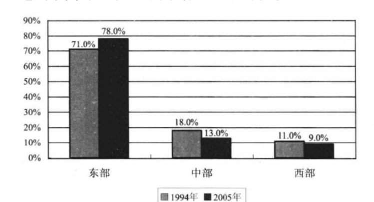


图28 1994年和2005年东中西部消费品产业分布比较

资料来源：《中国工业经济统计年鉴2006》。

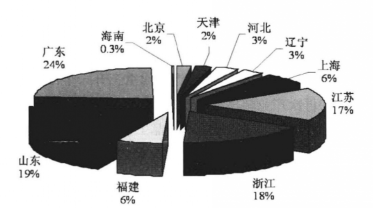


图29 2005年东部各地区消费品产业分布情况

资料来源：中国工业经济统计年鉴2006。

2005年东部地区消费品工业产业集聚态势更加显著，图29是东部各地消费品工业产业的分布情况，广东、山东、浙江、江苏成为消费品工业主要集群地。

(3) 西部大开发特别是2005年以来消费品工业由东部逐渐向中西部再次转移

2005年以后尤其是2007年美国次贷危机爆发以来，随着中西部地区基础设施的不断完善和东部原材料、劳动力等要素成本的不断攀升，东部消费品工业中劳动力、原料密集型的企业开始逐渐向西部转移，推动了新一轮消费品工业布局大调整。图30显示，2006年维持了2005年的峰值后，东部消费品工业比重开始下降，中西部比重逐步上升。

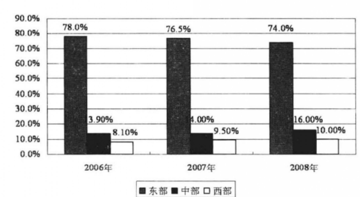


图30 2006—2008年东中西部消费品工业产值比重

资料来源：《中国工业经济统计年鉴2009》。

与2005年相比，2008年消费品工业东部产业比重下降至74%，而中部产业比重上升了3个百分点，达16%，西部产业比重上升一个百分点，达10%。这表明，由东至西的再次产业转移已启动，消费品工业开始进入新的区域调整轨道。图31显示，2008年东部仍然是消费品工业的主要集聚地，中西部与东部在产业规模上差距较大，而西部和中部之间的差距相对较小。

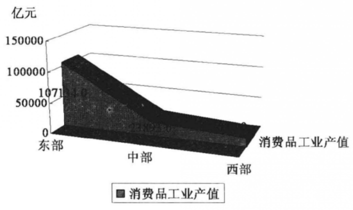


图31 2008年东中西部消费品工业产值分布图

2.分行业描述

(1) 轻工业

根据《国民经济行业分类》和国家工业和信息化部的划分标准，轻工业包括皮革、毛皮、羽毛（绒）及其制品业；竹、藤、棕、草制品业；家具制造业；造纸及纸制品业；印刷业；文教体育用品制造业；塑料制品业；工艺品及其他制造业；日用化学制品制造业；日用金属及机械制造业；家用电器制造业。改革开放以来轻工业逐步向东部转移，获得极大发展。根据数据的可获取性，以木材家具产业、家电产业和造纸印刷产业为例予以说明。图32、33、34显示2008年1–11月木材家具产业、家电产业和造纸印刷产业销售收入的区域分布。

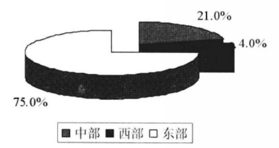


图32 2008年1–11月东中西部木材家具产业销售收入比重
资料来源：中经网数据中心行业监测数据。

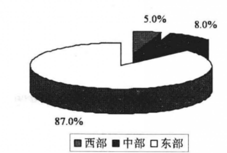


图33 2008年1–11月东中西部家电产业销售收入比重
资料来源：中经网数据中心行业监测数据。

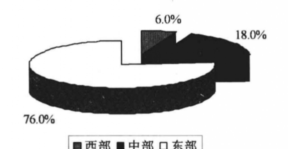


图34 2008年1—11月东中西部造纸印刷产业销售收入比重

资料来源：中经网数据中心行业监测数据。

通过比重分析发现，我国轻工业表现为高度的东部集聚，其中多个领域的东部比重超过75%。图35是2010年轻工产业集聚的区域分布，家电、塑料、文体、自行车、五金等产业集群于东部，而中西部因其资源优势汇集了造纸、木材家具等资源密集型产业，广东、浙江、江苏、天津、山东等成为轻工业的主要集聚地。

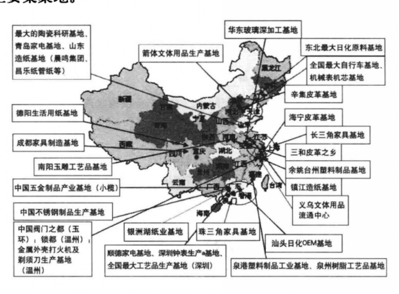


图35 2010年轻工业产业集群的省际分布图

通过比较1985、1994、2005和2008年的轻工业产值分布状态和集聚程度，可以分析轻工业及其子行业产业转移的变迁历程，子行业以造纸及纸制品业为例。

表28 1985、1994、2005和2008年轻工业各领域产值分布比较

单位：%

行业	1985			1994			2005			2008		
	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部
轻工业	70.5	29.4		70.9	17.8	11.3	78.1	13.0	8.9	73.7	16.4	9.9
造纸及纸制品业	49.7	35.1	15.2	63.3	24.8	11.9	77.6	15.6	6.8	74.5	18.2	7.2

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

表28揭示，从1985年至1994年，东部轻工业比重上升，中西部比重下降，轻工业及其子行业的产业转移总体呈现由西向东转移之势。其中，中部产业转移至东部地区，西部产业转移至中部和东部地区。虽然2000年西部大开发战略带动部分产业向中西部地区转移，但轻工业向东部转移势头仍然迅猛，东部轻工业比重在2005年达到77.6%。从2005至2008年，轻工业总体呈现东部比重下降中西部比重上升之势，表明轻工产业开始由东部向中部和西部转移。轻工业在东中西部间的转移也影响了各区域的产业聚集程度，表29和表30显示1985－2005年轻工行业及子行业产值集中度总体呈上升趋势，广东、山东、浙江、江苏等地区产业集群优势显著。2008年的集中度较之2005年下降，与轻工业向中西部转移密不可分。

表29 1994年和2005年轻工各行业产值集中度变化

各轻工行业	2005年工业总产值份额			2005年比1994年份额增长百分点（2005—1994年）		
	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市
皮革、毛皮、羽毛（绒）及其制品业	24.12%	44.11%	58.15%	4.40	11.03	13.50
木材加工及竹藤综草制品业	16.52%	32.31%	44.09%	5.32	11.93	14.53
家具制造业	28.45%	43.12%	53.67%	10.89	10.12	12.62
造纸及纸制品业	22.43%	38.36%	49.9%	8.63	11.60	16.0
印刷业记录媒介的复制业	26.41%	37.27%	46.33%	12.90	13.81	14.43
文教体育用品制造业	32.96%	49.75%	65.18%	6.10	2.92	4.34
塑料制品业	24.49%	42.52%	55.50%	5.18	7.46	7.37

资料来源：国家统计局工交统计司，《月度工业统计快报》，2005。
注：工业总产值用现价计算。

表30 1985、1994、2005和2008年轻工业及造纸业产值集中度比较

行业	1985年产值前三名省份占比	1994年产值前三名省份占比	2005年产值前三名省份占比	2008年产值前三名省份占比
轻工业	前三名省份轻工总产值合占全国产值大约为20%－30%	江苏、广东、山东三省轻工总产值合占全国产值39.6%	广东、山东、浙江三省轻工总产值合占全国产值46.6%	广东、山东、浙江三省轻工总产值合占全国产值44.6%
造纸及纸制品业	辽宁、四川、山东三省造纸及纸制品业总产值合占全国总产值的21.0%	广东、山东、江苏三省造纸及纸制品业总产值合占全国总产值的33.9%	山东、广东、浙江三省造纸及纸制品业总产值合占全国总产值的49.9%	山东、广东、江苏三省造纸及纸制品业总产值合占全国总产值的48.3%

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。
注：1985年轻工业产值前三名省市占全国产值的比例由各行业数据估算出，具体省份名称因数据缺失未能确定。

(2) 纺织工业

根据《国民经济行业分类》和国家工业和信息化部的划分标准，纺织工业包括纺织业；纺织服装、鞋、帽制造业；化学纤维制造业。我国纺织工业的主体多为中小企业，高度集群发展是主要的发展模式。改革开放以来，在市场机制的配置下，纺织工业加速向东部转移。图36显示2008年1－11月我国纺织服装产业销售收入的区域分布。图37是江苏、山东、上海、浙江、天津东部五省市的精纺呢绒出口总量占比状况，图38是2009年东部和中部省份针织服装产量比较，图39是2009年我国服装产量区域分布情况。

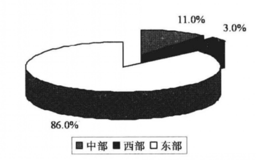


图36 2008年1－11月东中西部纺织服装产业销售收入比重
资料来源：中经数据库行业监测数据。

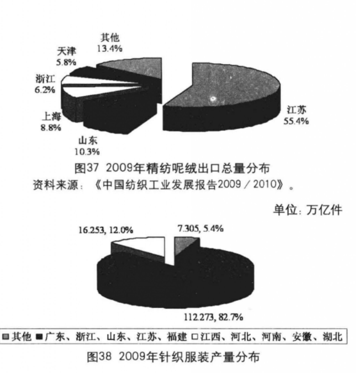


图37 2009年精纺呢绒出口总量分布

资料来源：《中国纺织工业发展报告2009／2010》。

图38 2009年针织服装产量分布

通过比重分析发现，我国纺织工业表现为高度的东部集聚，其中多个行业的东部比重超过85%。广东、山东、浙江、江苏等地区成为我国纺织工业的主要集聚区。图40是我国纺织工业的分布，可以发现，东部成为纺织品生产基地，其中长三角、珠三角、京津唐地区占据纺织品制造价值链的高端；中西部原料优势显著，形成上游原料基地；多个纺织贸易中心与原料基地和制造基地形成纺织服装产业链。总体而言，我国纺织工业已形成比较完善的布局体系。

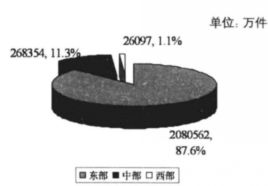


图39 2009年服装产量区域分布

资料来源：《中国纺织工业发展报告2009／2010》。

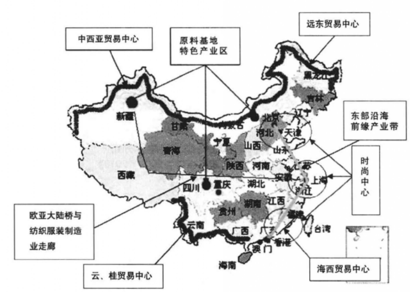


图40 2008–2010年我国纺织工业空间布局

资料来源：《中国纺织工业发展报告2009/2010》。

通过比较1985、1994、2005和2008年的纺织工业产值分布状态和集聚程度，可以分析纺织工业及其子行业产业转移的变迁历程，子行业为纺织业，纺织服装、鞋、帽制造业，化学纤维制造业。

表31 1985、1994、2005和2008年纺织工业各领域产值分布比较

单位：%

行业	1985			1994			2005			2008		
	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部
纺织工业	69.7	18.8	11.5	78.3	14.4	7.4	87.8	8.6	3.6	85.5	10.4	4.1
纺织业	约为69.6	约为18.8	约为11.6	75.5	15.8	8.7	85.8	9.5	4.7	82.9	11.8	5.3
纺织服装、鞋、帽制造业	-	-	-	86.4	10.5	3.2	93.3	5.8	0.9	90.1	8.4	1.5
化学纤维制造业	76.4	18.8	4.8	81.4	12.6	0.6	87.5	9.4	3.1	88.5	8.0	3.5

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

表31揭示，从1985年至1994年，东部纺织工业比重迅速提升，中西部比重下降，纺织工业及其子行业的产业转移总体呈现由西向东转移之势。其中，中部产业转移至东部地区，西部产业转移至中部和东部地区。虽然2000

年西部大开发战略带动部分产业向中西部转移，但纺织工业向东部转移势头仍然迅猛，东部纺织工业比重在2005年达到87.8%。从2005至2008年，纺织工业总体来看东部比重有所下降，中西部比重有所上升，表明纺织工业逐步由东部向中部和西部转移。其子行业纺织业和服装鞋帽业的中西部比重都有所提升，化学纤维制造业西部比重提升，但中部比重稍有下调，表明有部分中部产业仍然向东部转移，但力度已大为减弱。纺织工业在东中西部间的转移也影响了各区域的产业聚集程度，表32和表33显示1985－2005年纺织工业及子行业产值集中度总体呈上升趋势，浙江、广东、山东、江苏等地区产业集群优势显著，2008年的纺织工业总体集中度较之2005年下降，但化学纤维制造业的集中度仍上升近4个百分点，这些都与纺织工业在东中西部之间转移密不可分。

表32 1994年和2005年纺织各行业产值集中度变化

各纺织行业	2005年工业总产值份额			2005年比1994年份额增长百分点		
	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市
纺织业	23.87%	47.03%	64.6%	-1.38	6.95	13.8
纺织服装、鞋、帽制造业	21.11%	40.40%	59.6%	1.53	2.71	7.9
化学纤维制造业	37.13%	67.42%	72.8%	10.97	21.88	17.3

资料来源：国家统计局工交统计司，《月度工业统计快报》，2005。
注：工业总产值用现价计算。

表33 1985、1994、2005和2008年纺织工业及各子行业产值集中度比较

行业	1985年产值前三名省市占比	1994年产值前三名省市占比	2005年产值前三名省市占比	2008年产值前三名省市占比
纺织工业	上海、江苏等合占全国总产值的30%—45%	江苏、浙江、广东产值合占全国总产值的48.4%	江苏、浙江、山东合占全国总产值的62.2%	江苏、浙江、山东合占全国总产值的61.3%
纺织业	上海、江苏等产值合占全国总产值的30%—45%	浙江、江苏、山东产值合占全国总产值的50.7%	江苏、浙江、山东产值合占全国总产值的64.6%	江苏、浙江、山东产值合占全国总产值的64.4%

续表

行业	1985年产值前三名省市占比	1994年产值前三名省市占比	2005年产值前三名省市占比	2008年产值前三名省市占比
纺织服装、鞋、帽制造业	-	广东、江苏、浙江产值合占全国总产值的51.7%	江苏、浙江、广东产值合占全国总产值的59.6%	江苏、广东、浙江产值合占全国总产值的56.5%
化学纤维制造业	上海、辽宁、江苏产值合占全国总产值的51.8%	江苏、上海、广东产值合占全国总产值的55.5%	浙江、江苏、山东产值合占全国总产值的72.8%	浙江、江苏、福建产值合占全国总产值的76.6%

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。
注：1985年纺织工业产值前三名省市占全国产值的比例由各个行业数据估算出，因数据缺失只确定两个省份的名称。

(3) 食品工业

根据《国民经济行业分类》，食品工业包括农副食品加工业、食品制造业和饮料制造业。我国的食品工业以中小企业居多。改革开放以来，在市场机制的配置下，各类资源得到有效配置，东中西部都形成了具有不同特色的食品工业。图41显示2008年1—11月我国食品工业销售收入的区域分布。图42、图43、图44分别是2009年我国农副食品加工业、食品制造业和饮料制造业出口值的东中西部分布情况。

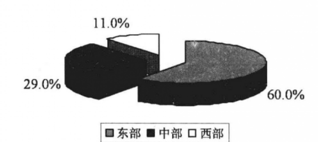


图41 2008年1—11月东中西部食品工业销售收入比重
资料来源：中经数据库行业监测数据。

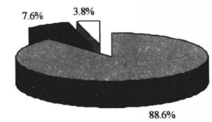


图42 2009年东中西部农副食品加工业出口额比例
资料来源：工业和信息化部行业数据，2009。

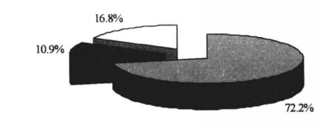


图43 2009年东中西部食品制造业出口额比例
资料来源：工业和信息化部行业数据，2009。

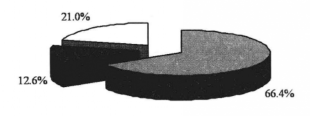


图44 2009年东中西部饮料制造业出口额比例
资料来源：工业和信息化部行业数据，2009。

通过比重分析发现，我国食品工业总体表现为东部集聚，但程度仅为中等，与轻工业和纺织工业相比，食品工业相对分散，在中部和西部也已形成产业集群，并非集中于东部地区。中部和西部在整个食品工业中占有重要地位。2009年西部销售份额在10%以上，而出口份额更大，食品制造和饮料制造出口的西部份额分别超过中部6个百分点和8个百分点，其中陕

西、四川、贵州、甘肃四省占整个西部出口额86.2%，显示食品工业在西部集群已轮廓初现，是西部原料优势的集中体现。图45是我国食品工业的分布，从分布图可以看出，食品工业的产业集群主要位于重要的农业粮食产区或人口密集的大中型城市。原因有三：一是便于企业集中采购，有利于降低原料和运输成本（中西部）；二是可以满足食品工业对劳动力的大量需求（东中部）；三是大中城市较完善的物流条件可以较好地解决食品工业对地区物流的依赖（东中部）。因此，食品工业相对于纺织工业和轻工业的区域分布更加均衡。

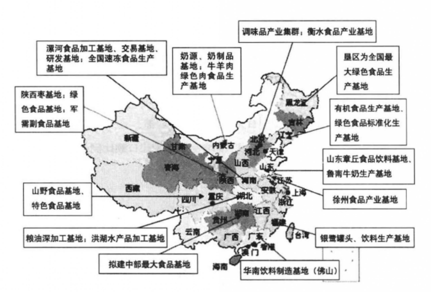


图45 2010年我国食品工业空间布局

通过比较1985、1994、2005和2008年的食品工业产值分布状态和集聚程度，可以分析食品工业及其子行业产业转移的变迁历程，子行业为农副食品加工业、食品制造业、饮料制造业。

表34 1985、1994、2005和2008年食品工业各领域产值分布比较

单位：%

行业	1985			1994			2005			2008		
	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部
食品工业	-	-	-	58.9	24.8	16.4	62.0	22.2	15.8	56.4	26.7	16.9

续表

行业	1985			1994			2005			2008		
	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部
农副食品加工业	仅糖和盐68.4	仅糖和盐14.6	仅糖和盐17.1	55.4	27.0	17.6	63.0	22.6	14.3	58.1	26.8	15.1
食品制造业	-	-	-	67.9	17.0	13.1	63.2	22.1	14.7	57.4	26.9	15.7
饮料制造业	-	-	-	60.1	23.8	16.1	56.8	21.0	22.1	48.3	26.4	25.3

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

表34揭示，从1985年至1994年，东部食品工业比重并未有显著提升，而存在一种抑制力量使其维持现状，即使提升也是缓慢提升（由于1985年数据不全，只能作近似推论）。从1994年至2005年，食品工业的东部比重仅总体上升3个百分点，其中农副食品加工业增长近8个百分点，而食品制造业和饮料制造业分别下降近5个百分点和3.5个百分点，表明在这一时期，已有部分东部食品工业转移至中西部，食品制造业向中部、饮料制造业向西部转移的趋势尤为明显。从2005至2008年，食品工业全面向中西部转移，2008年饮料制造业产值的东部比重甚至下降到48.3%，中西部与东部平分秋色。食品工业在东中西部间的转移的缓和性抑制了产业的集聚。表35和表36显示1985－2005年食品工业及子行业产值集中度总体不高，前三名省市比重之和在30%－45%之间徘徊，且变化不大；2005年食品工业总体集中度与1994年相比只有小幅增长，至2008年已有小幅回落，只有食品制造产业的区域集中度有小幅度的增长，显示食品工业分布较为均衡。

表35 1994年和2005年食品各行业产值集中度变化

各食品行业	2005年工业总产值份额			2005年比1994年份额增长百分点		
	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市
农副食品加工业	27.91%	36.33%	43.4%	13.70	12.45	11.0
食品制造业	17.95%	28.61%	36.9%	4.41	1.91	0.5
饮料制造业	13.42%	26.02%	35.3%	-1.14	0.24	2.1

资料来源：国家统计局工交统计司，《月度工业统计快报》，2005。
注：工业总产值用现价计算。

表36 1985、1994、2005和2008年食品工业及各子行业产值集中度比较

行业	1985年产值前三名省市占比	1994年产值前三名省市占比	2005年产值前三名省市占比	2008年产值前三名省市占比
食品工业	-	山东、广东、江苏产值合占全国总产值的33.3%	山东、广东、河南产值合占全国总产值的39.5%	山东、河南、广东产值合占全国总产值的37.3%
农副食品加工业	广东、山东、广西合占全国总产值的35%–45%	山东、广东、江苏产值合占全国总产值的32.4%	山东、河南、广东产值合占全国总产值的43.4%	山东、河南、辽宁产值合占全国总产值的40.1%
食品制造业	-	广东、山东、江苏产值合占全国总产值的36.4%	山东、广东、河南产值合占全国总产值的36.9%	山东、河南、广东产值合占全国总产值的39.3%
饮料制造业	-	山东、广东、四川产值合占全国总产值的33.2%	山东、四川、广东产值合占全国总产值的35.3%	四川、山东、河南产值合占全国总产值的30.9%

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

(4) 医药工业

根据《国民经济行业分类》，医药制造业包括化学药品原药制造业、中药饮片加工业、卫生及医药用品制造业等。改革开放以来，在政府引导和市场机制的共同作用下，我国医药制造业形成了比较广泛的产业集群布局，跨越东中西三个区域。图46显示2008年1–11月我国医药制造业销售收入的区域分布。图47是2009年我国医药制造业出口额的区域分布。

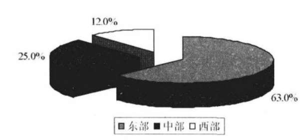


图46 2008年1–11月东中西部医药制造业销售收入比重

资料来源：中经网数据中心行业监测数据。

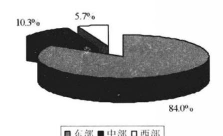


图47 2009年我国医药制造业出口额分布

资料来源：工业和信息化部行业数据。

通过比重分析发现，我国医药制造业总体偏重于东部，但中部和西部地区也占有相当比例，东部地区由于其沿海的地理优势，所占出口份额较大。图48是我国医药制造业的分布。医药工业集群有三类：一是外商直接投资带动的外向型加工业集群，以天津、西安为代表；二是利用本地丰富的药材资源优势建立起来的医药产业集群，如中西部以中成药为主，东北地区中西医药结合为主，东部沿海地区以海洋药品为主；三是依托密集的国家高科技资源形成的高科技医药产业工业园，以开发高端产品和培育龙头企业为目标，占据产业价值链上游，主要分布在科技基础雄厚，有众多科研机构和大学的大城市及省会城市，以上海市浦东医药工业园、北京中关村生物医药园为代表。

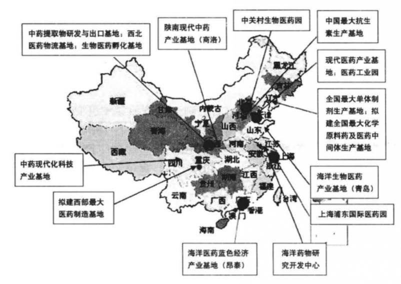


图48 2010年我国医药制造业空间布局

通过比较1985、1994、2005和2008年的医药制造业产值分布状态和集聚程度，可以分析我国医药制造业转移的变迁历程。

表37　1994、1999、2005和2008年医药制造业产值分布比较

单位：%

行业	1994			1999			2005			2008		
	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部	东部	中部	西部
医药制造业	64.1	23.1	12.8	59.7	23.2	17.1	68.8	17.9	13.3	58.7	25.5	15.8

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1986、1995、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

表37揭示，从1994年至2008年，我国医药制造业分布以东部为重，而中西部与东部相对均衡。1999年与1994年相比，中部比重无变化，但西部比重提升了4.3个百分点，表明这段时期西部地区的医药制造业获得较快发展，并吸引了东部的部分产业转移。2005年与1999年相比，中西部产业比重下降，时值2003–2007年整个宏观国民经济发展的黄金时期，通胀并未显著形成，东部获得了优势空间，因此表现为东部集聚效应形成。2005年至2008年医药制造业向中西部转移趋势显著，2008年中部比重提高到25.5%，显示出不可或缺的产业地位，中西部的药材原料优势得以凸现。表38和表39显示1994–2008年医药制造工业产值区域集中度较低，仅为30%左右，总体呈小幅下降趋势，2008年的医药制造业总体区域集中度较之1994年下降7.2个百分点，表明医药制造业相对分散并且正向东中西部均衡集群分布发展，广东、江苏、浙江、上海等地区医药制造业有相对集群优势。

表38 1994年和2005年医药制造业产值集中度变化

	2005年工业总产值份额			2005年比1994年份额增长百分点		
	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市	产值最大省市	产值前两名省市	产值前三名省市
医药制造业	12.58%	23.52%	27.5%	-1.78	-1.31	-4.9

资料来源：国家统计局工交统计司，《月度工业统计快报》，2005。
注：工业总产值用现价计算。

表39 1994、1999、2005和2008年医药制造业产值集中度比较

行业	1994年产值前三名省市占比	1999年产值前三名省市占比	2005年产值前三名省市占比	2008年产值前三名省市占比
医药制造业	广东、江苏、上海等各占全国总产值的32.4%	广东、江苏、上海等各占全国总产值的26.0%	山东、江苏、浙江合占全国总产值的27.5%	江苏、浙江、广东合占全国总产值的25.2%

资料来源：《中国工业经济统计年鉴1995、2001、2006、2009》、《中国轻工业年鉴2009》。

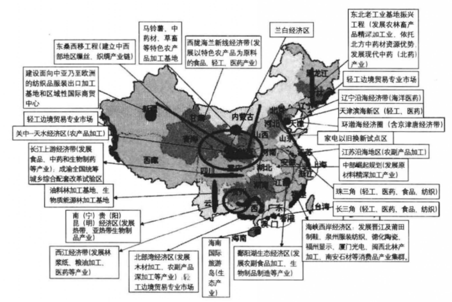


图49 国家对消费品工业发展的区域规划

3.国家对消费品工业区域布局的战略规划

根据国务院近年来出台的各类产业和区域发展规划和意见，当前国家对消费品工业区域分布的规划部署如图49所示。图49显示出国家以发挥各地区位优势引导消费品工业区域产业布局的战略意图。

（二）我国消费品工业区域布局的成因和存在的问题

1.成因

如前分析指出，我国的消费品工业总体表现为东部集聚，轻工业和纺织产业高度集中于东部，食品工业和医药工业也以东部为重，但比重相对较

低。促成消费品工业历次产业变迁的成因十分复杂，既有政治因素，也有体制因素和市场因素。新中国成立初期，我国在国际格局中处于弱势，国家安全和经济安全成为政府考虑的重中之重，不但出台了“优先发展重工业”的强国战略，而且将大量国有企业建立在中西部，有些甚至建设在边远山区，以保证战略物资供应的安全。消费品工业中农畜加工业（包括13种类别）是重要的战略物资产业，因此受到较高重视。计划经济体制下，企业的国有产权属性决定了国家调控功能大于市场机制调节，因此改革开放前，消费品工业的区域分布由国家宏观政策主导，中西部产业比重较大，部分东部产业甚至向中西部转移。

改革开放后，随着市场机制逐步建立，“六优先”政策出台，市场机制调节功能超越了政府计划调控功能，引导各类要素高效配置。由于东部地区在地理区位、基础设施、政策支持、产业链基础、资本、技术、企业家资源等方面占据绝对优势，消费品工业在东部已具备了实现产业效益最大化的条件，因此不但民营消费品企业在东部如雨后春笋般发展，中西部消费品企业向东部转移汇集，而且一些国有消费品企业也加入了这一洪流，通过改制、兼并、重组获得产业机会。东部集群效应表现为企业的集聚带动了劳动力的集聚。《中国2000年人口普查资料》显示，1995年至2000年间，北京、上海、广东的人口迁入率分别达到14.68%、13.39%、14.21%，迁出率仅为1.35%、1.05%、0.54%，而湖南、安徽、四川的人口迁出率分别为5.43%、5.16%、5.13%。中西部地区劳动力大量流向东部地区，使东部劳动力成本极大降低，而东部地区收入水平的提高也保证了消费品需求总量的稳定增长，多种有利因素交汇造就了东部消费品工业发展的黄金时期。

2000年以来，随着国家西部大开发战略实施，消费品工业东中西部协调均衡发展问题备受关注。而消费品工业在长期发展中已经形成民营中小企业为主的产业特点，消费品工业从东部向中西部再次转移的核心动力难以来源于国家计划，而需要市场机制自发调节。因此，从前文分析可见，消费品工业从东部向西部转移趋势并未在2000年后迅速启动，而是当2003—2007年经济繁荣期将要结束，消费品价格通胀指数已造成一定负面影响时，东部地区原材料价格、劳动力成本的快速上升使许多东部消费品企业

自发做出了向中西部地区转移的决策。中西部充裕的原料储备、丰富的劳动力资源和特色产业基础与东部的技术、贸易成本等优势相比，其重要程度已不相上下，原料和劳动力的成本远低于东部，因此虽然某些产业向东部转移趋势依然明显，东部的比重目前仍然占据垄断地位，但总体来看，消费品工业在“十二五”期间继续向中西部转移已成大局，东中西统筹均衡发展之势必将形成。

2.存在的问题

消费品工业产业布局存在的问题，首先表现为区域发展不平衡，东部产业比重过大，中西部特别是西部比重过小，导致的负面影响是东部与中西部居民收入水平差距扩大，不利于社会稳定。其次，中小企业集群尚未培育出一定数量的品牌型龙头企业。我国消费品工业虽然拥有海尔、青岛啤酒等一批优秀品牌，但就总体而言，消费品工业依然处在“制造大国、品牌小国”的窘境，存在贴牌加工企业多，原创品牌企业少的现象 。第三，转移和集群的产业处于价值链的中低端环节，缺少独创性的特色产品，低附加值的产品多，风格雷同产品充斥市场，关键技术和复合型人才缺乏，规划、政策及标准建设工作滞后。



Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

消费品工业发展中需要研究的若干重大问题

四、消费品工业发展中需要研究的若干重大问题

新中国成立60年来，消费品工业对我国经济社会发展作出了巨大的贡献，但当前消费品工业的发展遇到了前所未有的困难，一些困难是国内外客观因素引起的，一些困难是认识不一致导致的。研究消费品工业发展战略，需要对当前消费品工业发展中一些重大认识问题进行研究。

（一）消费品工业地位与作用的一致性

由于我国长期半殖民地的历史、新中国成立前“一穷二白”的工业基础以及优先发展生产资料生产的理论指导和新中国成立后“优先发展重工业”总方针等因素的影响，新中国成立60年来，我国总体上坚持“优先发展重工业”的发展思路，只是在农轻重比例严重失衡的时期或轻工业遇到严重困难的时期，才会优先或大力发展消费品工业。即从国家层面上重视重工业和农业的发展是常态，重视轻工业的发展是动态。从表40可见，新中国成立以来，国家对轻工业（广义的轻工业即消费品工业）在国民经济和社会发展中的作用的认识是一贯的，但对轻工业在国民经济和社会发展中地位的认识则是一个不断深化的过程。

特别是2008年以来，国际金融危机对我国实体经济产生了严重的影响和冲击，对外依存度高、劳动密集型特点明显的消费品工业首当其冲，成为此次金融危机的“重灾区”。随着国际金融危机影响的不断蔓延，在外需萎缩、内需趋缓的双重压力下，我国消费品工业发展面临前所未有的困境：行业效益下降、企业亏损增加、出口严重萎缩、资金紧张、投资减少、停产增多、信心不足，严重制约了行业健康发展。在严峻形势下，中央审时度势，从经济社会发展的战略高度来关心和支持轻纺工业的发展。2008年11月13

日，李克强副总理、张德江副总理召开专题会议，听取了工业和信息化部关于轻纺工业发展问题的汇报。11月19日，温家宝总理主持召开国务院常务会议，李毅中部长作了关于促进轻纺工业健康发展有关政策建议的汇报。会议认为，轻纺工业是我国的传统优势产业，保持轻纺工业稳定健康发展，对于保障就业，改善民生，拉动消费，促进经济平稳较快增长，维护社会和谐稳定，具有重要意义。会议研究确定了促进轻纺工业健康发展的6项政策措施。11月26日国务院常委会议决定制定包括轻工、纺织行业在内的九大产业调整振兴规划。2009年2月4日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，审议并原则通过纺织工业和装备制造业调整和振兴规划。会议认为，纺织工业是我国国民经济传统支柱产业和重要的民生产业，也是国际竞争优势明显的产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等方面发挥着重要作用。2009年2月19日，国务院总理温家宝主持召开国务院常务会议，审议并原则通过轻工业调整和振兴规划。会议认为，轻工业是丰富人民物质文化生活的重要产业，承担着繁荣市场、扩大就业、服务“三农”的重要任务。

目前，世界经济正在复苏，国际金融危机的影响即将消褪，三年轻纺工业调整振兴规划即将结束，消费品工业发展面临新的国际国内形势，有必要总结过去，面向未来，根据消费品工业在国民经济和社会发展中的重要作用，进一步认识、深化、明确消费品工业在国民经济和社会发展中的重要地位。

归纳和抽象轻工业、纺织工业、食品工业和医药工业在国民经济和社会发展中的地位，可以概括地讲，消费品工业是国民经济和社会发展的基础性、战略性、民生性、支柱性产业。

(1) 消费品工业是基础性产业。主要体现：一是消费品工业满足城乡居民的衣、食、住、行、用、药、乐等基本生存需要和日常消费需求。二是消费品工业是重工业的基础性需求市场，是物流、供销等服务业的基础性对象，是农副产品的基础性增值渠道，是高新技术应用和发展的基础性领域。

(2) 消费品工业是战略性产业。主要体现：首先，满足我国13亿人口的消费需求是我国的第一战略。据联合国2009年1月预测，2050年全球人口将

达90亿（2000年预测2050年为76亿）。保障本国人口消费需求的问题将越来越突出，其战略地位也将更加突出。满足我国13亿人口的消费需求要坚持自己保障，不能依靠更不能指望进口和外援，这是国家战略。消费品工业保障我国13亿人口的消费需求，这是我国消费品工业的第一责任。其次，我国的基本国情决定，我国工业化和城市化是一个长期的动态发展过程，消费品工业在我国工业化和城市化进程中具有不可或缺的战略性作用，重工业不能替代，服务业在相当长时期内也不能替代，而且，在相当长时期内，我国服务业的发展还要依靠消费品工业的进一步发展。再次，人的消费需求是无止境的。根据人的消费需求前瞻性地培育新兴产业是战略行为。目前，国家提出培育生物医药产业以及包括纺织新材料在内的新材料产业，都属于战略性新兴产业。

（3）消费品工业是最重要的民生性产业。主要体现：一是生存是民生之首。人的生存权继而发展权是人权和民生的首要内容，满足和实现人的生存权继而发展权是执政党和政府的最高准则。如前所述，消费品工业满足了13亿人口衣、食、住、用、药、乐等基础性民生需求，正在积极满足小康社会建设要求，持续满足着13亿人口生活质量改善的普遍需求。二是就业是民生之本。解决就业问题，是建设和谐社会的重要方面，解决好“三农”问题是全面建设小康社会的关键。规模以上消费品工业直接吸纳6000多万职工就业，间接维护着1亿多服务业职工和三亿农民的就业与生计。三是生命安全是民生之基。食品药品安全是直接维系人的生命，是生命安全的基础。我国的食品工业和医药工业保障着13亿人口的食、药需求和安全。

（4）消费品工业是支柱性产业。国家轻纺工业调整振兴规划已经明确了轻纺工业的支柱性地位，这里不再分析。

表40 新中国成立60年来国家对消费品工业（广义的轻工业）地位的6次重大表述

年份	国家对消费品工业地位的表述
第1次（1954年）	**地位**：轻工业在国民经济发展中处于次要地位。 **表述**：周恩来同志在1954中央政府工作报告中指出：第一个五年计划的方针是集中主要力量发展重工业，即冶金工业、燃料工业、动力工业、机械制造工业和化学工业。而当时“发展轻工业的问题，主要不是增加投资的问题，而是增加原料生产的问题。” **原因**：一是当时我国工业基础特别是重工业基础相当薄弱。正如报告所指出的：“在解放前，我国现代工业在国民经济中只占很小的比重，而且主要是一些轻工业，这些轻工业很多还是依赖于外国进口原料的加工工业，至于重工业的基础则更加薄弱，虽然也有某些重工业，大多只是帝国主义国家在中国的机械修理厂，或者只是为帝国主义国家提供原料和半成品的矿山和工厂。” 二是当时的中心任务所决定的。报告指出：“社会主义工业化是我们国家在过渡时期的中心任务，而社会主义工业化的中心环节，则是优先发展重工业。” 三是当时确定轻重工业投资的比例关系，是根据生产资料优先增长的原理来决定的。 四是当时轻重工业的实际情况。报告指出：“我国现在的情况是：原有的重工业的基础特别薄弱，需要我们积极地长期地去扩大重工业的基础以促进国民经济的全面发展。同时，国营和私营的轻工业还有相当大的一部分没有使用的潜在力量，并且还有广大的手工业可以做重要的补充。在我国，一方面许多轻工业品不能充分满足人民日益增长的需要，另一方面许多轻工业设备还有空闲，原因就在于缺少原料。所以说，我国目前发展轻工业的问题，主要不是增加投资的问题，而是增加原料生产的问题。”
第2次（1978年）	**地位**：轻工业与基础工业同等重要。 **表述**：华国锋同志在1978中央政府工作报告中指出：“建立产品丰富多彩、物美价廉的轻工业，按人口平均的轻工业品产量有较大增长。”“在加强基础工业的同时，要积极发展轻工业。要广开原料来源，努力增加农业原料，大大提高化纤、塑料等石油化工原料在轻工业原料中的比重，大力增产纺织品、食糖、纸张等轻工产品，尽快做到省、自治区一般轻工产品自给。”
第3次（1979年）	**地位**：轻工业与重工业要协调发展；轻工业具有满足人民生活和对外贸易的需要、为现代化建设积累资金的作用。 **表述**：华国锋同志在1979年中央政府工作报告中指出：经过三年调整，“在轻纺工业方面，要使它们的增长速度赶上或略高于重工业的增长速度，使主要轻纺产品的增长大体上同国内购买力的增长相适应，并大量增加出口。”

续表

第3次（1979年）	“采取坚决有力的措施，加快轻纺工业的发展。轻纺工业投资少，积累快。多发展轻纺工业，既能满足人民生活和对外贸易的需要，又能为现代化建设积累资金。我们一定要采取坚决有力的措施，迅速改变目前轻纺工业的落后状况。轻纺生产所需要的燃料动力和原材料，必须优先保证供应。今年国家提高了对轻纺工业的投资比重，增加了用于发展轻纺生产的外汇，今后还将适当增加，轻纺工业部门要千方百计把这些资金用好，使它们充分发挥效益。轻纺工业部门正在兴建的一些现代化骨干企业必须抓紧建设，保证按期投入生产。同时要以更大的努力抓好现有企业的革新改造，挖掘潜力，增加生产，提高质量，增加花色品种。我们一定要努力创造出一大批优质名牌产品，以满足国内市场和出口的需要。我们要大力加强对手工业的领导，充分发挥手工业企业在生产日用工业品和工艺美术品方面的作用。”
第4次（1981年）	**地位**：消费品工业在国民经济中具有重要地位；消费品工业具有促进农业、重工业和国内外贸易发展，改善人民生活，增加财政收入，稳定市场物价，增加就业，巩固安定团结政治局面，促进经济结构合理化，妥善解决积累和消费矛盾等作用。 **表述**：赵紫阳同志在1981年中央政府工作中报告中指出：“在工业中是以调整内部比例关系为主，辅之以必要的改革。在调整轻重工业的比例关系方面，去年底作出对国民经济进一步调整的决策之后，更好地落实了在原材料和能源供应、银行贷款、挖革改、基本建设、利用外汇和引进技术、交通运输六个方面优先保证轻工业发展的措施。”“同时，重工业为轻工业、农业服务的部分扩大了，这就促使工业内部的结构开始趋于合理。” 报告强调“把消费品工业的发展放到重要地位，进一步调整重工业的服务方向。”指出：“消费品工业的更快发展，就会通过交换，进一步促进农业、重工业和国内外贸易的发展，更好地适应人民生活改善的需要，同时可以增加国家的财政收入，稳定市场物价，安排更多的人就业，从而有助于安定团结政治局面的巩固。大力发展消费品生产，还将促进整个经济结构的合理化，有利于积累和消费的矛盾的妥善解决。在今后相当长的时间内，必须把着重发展消费品工业放到重要地位。为此，能源和物资的供应，贷款和投资的分配，科学技术力量的分配和科研课题的选定，以及国外技术和设备的引进，都应该注意保证消费品工业生产发展的需要。” 报告指出：“在我国现实条件下，加快发展消费品工业生产，不仅不会妨碍而且会促进重工业的发展。消费品工业的增长，对重工业的发展提出了更多、更高的要求。保持两大部类的协调发展，是我国的长远方针。现在的问题是，要彻底改变长期

续表

第4次（1981年）	以来片面强调发展重工业，一些重工业过多地为新建项目服务的偏向。今后，重工业的发展，除了适当生产一些耐用消费品以外，更重要的是要调整服务方向，扩大服务领域，提高服务质量，提高适应能力，更好地为农业和消费品工业服务，为国民经济的技术改造服务，为出口服务，为国防现代化建设服务。这是重工业的出路所在。
第5次（2009年）	**地位：**轻工业是国民经济的重要产业和支柱产业；具有繁荣市场、增加出口、扩大就业、服务“三农”的作用。纺织工业是国民经济的传统支柱产业和重要的民生产业及国际竞争优势明显的产业；具有繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等重要作用。 **表述：**2009年出台的《轻工业调整和振兴规划》指出，“轻工业承担着繁荣市场、增加出口、扩大就业、服务‘三农’的重要任务，是国民经济的重要产业，在经济和社会发展中起着举足轻重的作用”，提出要“进一步增强轻工业繁荣市场、扩大就业、服务“三农”的支柱产业地位”。同年出台的《纺织工业调整和振兴规划》指出：“纺织工业是我国国民经济的传统支柱产业和重要的民生产业，也是国际竞争优势明显的产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等方面发挥着重要作用”，提出要“巩固和加强纺织工业就业惠农的支撑地位”。
第6次（2010年）	**地位：**生物医药是国民经济的战略性新兴产业。 **表述：**温家宝同志在2010中央政府工作报告中指出：“大力培育战略性新兴产业。国际金融危机正在催生新的科技革命和产业革命。发展战略性新兴产业，抢占经济科技制高点，决定国家的未来，必须抓住机遇，明确重点，有所作为。要大力发展新能源、新材料、节能环保、生物医药、信息网络和高端制造产业。”

资料来源：新中国成立以来各年度政府工作报告。

专栏4 城镇化与消费品工业发展潜力分析

从城镇化的角度来讲，对消费品工业的拉动更加显著。以扩大消费需求为例，如果城镇化能提高10到15个百分点，未来5-10年中国居民消费率有望提高15个百分点左右，使居民消费率从35%提高到50%左右，最终消费率由不到50%提高到60%左右。2003年以来，我国城乡收入比在3.3：1左右，城镇化每提高一个百分点，相当于有1200-1300万人口进入城市。以2008年为例，农村平均每人消费支出3660.68元，城镇平均每人消费支出11242.85元，进城后农民工总收入显著提高，新增消费估算见表41，新增的消费支出必然拉动消费品工业的发展。同时，农村进城人员需要解决就业问题，由于受制于文化水平等因素限制，容纳其就业的行业主要是劳动密集型行业，尤其是轻纺行业，历来是解决就业的大户，消费品工业从业人员占全国工业从业人员的40%以上，消费品工业约60%的原料来自农业，全行业从业人员中70%以上来自农村，是强农惠农的关键产业。因此，从工业化和城镇化的角度讲，消费品工业至关重要。



表41 城镇化率每提高一个百分点新增消费支出估算情况

单位：万元

城镇化每提高一个百分点新增人口（万人）	新增消费支出	
	1200万人	1300万人
悲观	2196408	2379442
客观	4392816	4758884
乐观	9098604	9856821

资料来源：方辉振，城镇化创造国内需求的机理分析，《现代经济探讨》，2010年第3期。

如果设城镇化每提高一个百分点新增人口1300万人，以2010年城镇化率达47%为基数，2020年城镇化达到60%计算，乐观估计我国城镇新增消费支出（与2010年相比）潜在规模如图50所示，可见城镇化对我国消费品工业发展有不小的推动作用。

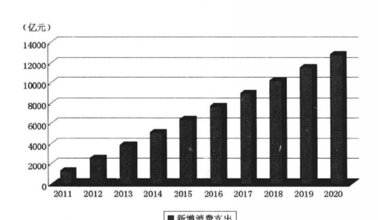


图50 2011—2020年我国城镇新增消费支出增长趋势估测

专栏5 大力发展包括消费品工业在内的制造业

————基于国内外经验教训

美国曾经拥有强大的制造业，但20世纪80年代，美国曾一度把制造业视为"夕阳工业"，力图将经济发展的重心由制造业转向以服务业为主的第三产业，结果是美国先进制造业的国际竞争力严重削弱，在汽车、半导体等重要领域迅速被日本超过，甚至连美国武器系统的核心部位也不得不用日本的关键零部件或半导体芯片。经过反思，美国各界认识到，那种认为信息革命的来临意味着制造业衰退的看法是不全面的。政府开始把雄心勃勃的"星球大战"计划扭转到研究与应用先进制造技术的务实行动中来，重新夺回了制造业全球第一的位置。1992-2002年美国制造业增加值占全球的比例从20.4%上升到23.7%。1985年日元升值后，日本大量对外直接投资，产业空心化现象加剧，制造业竞争能力严重下降。1990-2000年，日本制造业生产能力下降了4.5%，制造业设备投资更下降了50%左右。1992-2002年，日本制造业增加值占全球的比例从23.1%下降到18.3%。可以说，20世纪90年代日本的经济衰退最为本质的原因还是其先进制造业的竞争力逐步下滑。德国是老牌的制造业



大国，制造业实力排名世界第三，“德国制造”的支柱是机械、汽车、电子和化学行业。受世界制造业竞争加剧的影响，德国制造业出现了一定程度的衰退。1992-2002年德国制造业占全球的比例从10.3%下降到7.6%。为重振制造业辉煌，德国实施了“制造2000”计划，重点要研究通信技术，开发面向制造的高效的、可控的系统，促进先进制造业的发展。近年来，德国制造业出现较好的复苏趋势。

过去我国出现了和发达国家攀比金融服务业的比重、发展高新技术产业、唱衰传统制造业的倾向。部分学者片面强调发展重化工业，一些地方也片面发展重化工业，弱化轻纺工业的发展。世界经济发展史表明，制造业是衡量国家综合实力和国际竞争力的重要标志，没有制造业的繁荣就没有工业化，也就不可能有经济的大发展。必须坚定不移地发展制造业。我国作为人口众多、资源相对短缺，工业化和城市化尚未完成、全面小康社会正在建设的发展中大国，大力发展中高附加值的劳动密集型轻纺工业和关系民生、关系生命安全的食品药品工业，有着特殊的战略意义。



（二）消费品工业比较优势维持与提升

目前，国内部分言论倾向认为我国轻纺工业的比较优势就是依靠低成本承接国际产业转移，进行规模化的代工生产和贴牌生产，这种生产方式是严重的“发达国家依赖”，易被发达国家“低端锁定”，具有“低附加值固化”、“低盈利性固定”特点，已经到了“增长极限”。因此，这类行业应当逐步向其他发展中国家转移。特别是在目前国家鼓励发展先进制造业和战略性新兴产业的背景下，这种倾向更甚。

国外机构如美国卡托研究所贸易政策研究中心专家也认为，各大跨国公司也开始追赶“中国加一”潮流。“中国加一”的趋势往往指的是中国加越南。尽管只有8500万人口的越南，相对于我国的13亿人口，缺乏人力资源，但它拥有许多“年轻”中国的品质。在未来几十年间，象孟加拉、柬埔寨、菲律宾等亚洲国家，还有非洲部分地区，预计也将会进一步成为“非中国制造”的生产低成本商品的替代地 。

从国内目前的现状来看，首先，据美国《商业周刊》的调查，2008年1月1日起我国实施的新《劳动合同法》直接提高了劳动力成本，2010年前8个月，全国已有27个省份上调最低工资标准，超过20个省市涨幅超20%，我国的人口红利正在慢慢消失，企业的水电、房租、原材料、运输等经营成本不断上涨，产品的售价却难以提高，利润空间越来越小；其次，国家开始重视和治理环保问题，一大批劳动密集型和粗放型生产的食品药品生产企业受到处罚和制约；此外，相对于直接的成本增加，人民币汇率上升的影响“慢性而巨大”，从2005年7月开始，人民币持续升值，汇率上升使轻纺出口企业在国际市场上的竞争力明显下降。

调查显示，目前韩国不少小型企业奉行“中印政策”——在中国和印度同时寻找商机；日本企业则走“中国+1”的路线——除了中国外，同时选择亚洲另一个地区作为据点。对于承接市场来势汹汹的挑战，国内有不少人没有足够重视，认为“中国制造”的地位暂时难以撼动，但回顾历史，“世界工厂”不是中国的专利，它最初由英美转移到日本，再由日本转移到中国，同样，也完全存在转移到印度、越南等新兴地区的可能。因此，针对当前的现状和趋势必须维持和提升我国消费品工业的比较优势。

首先，继续维持我国轻纺工业的国际比较优势，是当前我国的国情决定的。我国还处于工业化和城市化进程中，还有大约1-1.5亿农村剩余劳动力要转移，而且随着我国总人口数量的增加，农村剩余劳动力也在规模性地增长，东中西部和城乡收入差距在扩大；我国政府统计城镇约有1500万失业人口，有学者估计城镇约有1亿失业人口。如果放弃或者轻视轻纺工业发展，将其大量转移到境外，将会直接产生大量新增失业人口，同时间接产生更大规模的服务业和农业失业人口。中央提出，“改善民生是经济发展的根本目的。”“千方百计扩大就业。这是保障和改善民生的头等大事。”具有“保就业”功能的轻纺工业的比较优势在当前和今后较长时期内必须维持。而且，我国东中西经济发展水平差距较大，我国沿海地区劳动力成本高于印度、越南等国，但我国中部特别是西部地区劳动力成本低于或持平于印度、越南等国。为避免重蹈“拉美陷阱”，大力向中西部转移而不是大规模向国外转移是轻纺等劳动密集型产业维持比较优势的战略选择。

表42 2009年中西部与沿海城镇和农村人均收入对比表

单位：元

地　区	城镇居民人均可支配收入	农村居民人均纯收入
全国总计	17174.7	5153.2
北　京	26738.5	11668.6
天　津	21402.0	8687.6
河　北	14718.3	5149.7
山　东	17811.0	6118.8
广　东	21574.7	6906.9
上　海	28837.8	12482.9
江　苏	20551.7	8003.5
浙　江	24610.8	10007.3
福　建	19576.8	6680.2
海　南	13750.9	4744.4
辽　宁	15761.4	5958.0
吉　林	14006.3	5265.9
黑龙江	12566.0	5206.8
江　西	14021.5	5075.0
安　徽	14085.7	4504.3
山　西	13996.6	4244.1
河　南	14371.6	4807.0
湖　北	14367.5	5035.3
湖　南	15084.3	4909.0
内蒙古	15849.2	4937.8
广　西	15451.5	3980.4
重　庆	15748.7	4478.4
四　川	13839.4	4462.1
贵　州	12862.5	3005.4
云　南	14423.9	3369.3
西　藏	13544.4	3531.7
陕　西	14128.8	3437.6
甘　肃	11929.8	2980.1
青　海	12691.9	3346.2
宁　夏	14024.7	4048.3
新　疆	12257.5	3883.1

资料来源：2010年各地统计公报摘要。

其次，继续提升我国轻纺工业的国际比较优势，是转变当前我国轻纺工业粗放发展方式的要求决定的。我国消费品工业单位增加值、单位人工工资、产品水耗能耗、主要设备能源效率、污染物排放指标等方面与发达国

家相比还有较大差距。消费品工业依靠低廉劳动力、消耗资源、牺牲环境的发展方式已经难以为继，必须调整和优化产业结构，增加高素质劳动力比重，培育新的“人口红利”，逐步走出“贴牌生产”、“代工生产”时代，突破“低端锁定”和“低附加值固化”生产模式，突破“增长极限”，发展以知识型、服务型为主导的中高附加值消费品工业。

（三）消费品工业转型升级和发展方式转变

产业转型一般是指国家或地区在一定历史时期内，根据国际和国内经济、科技等发展现状和趋势，通过特定的产业、财政金融等政策措施，对其现存产业结构的各个方面进行直接或间接的调整。产业转型升级是一个破旧立新的过程，有学者指出产业转型升级往往是基于竞争压力，还有学者认为产业转型升级过程是一个“创造性的破坏”过程，即创造一个新的经济结构以取代过去不合时宜的经济结构，这个过程是一个综合性的、动态的过程，包括产业在结构、组织和技术等多方面的转型和升级，调整并优化产业的产品供给结构，提高产业工艺技术水平和管理水平，改善产业组织方式，优化布局，节能减排，最终实现产业绩效的提升。

产业转型升级既是一个产业提升的过程，也是一个观念更新的过程，还是一个体制创新和机制再造的过程。后金融危机时代消费品工业要进行转型升级，一方面要向产业链的高端发展，大力发展创意与营销环节（图51，微笑曲线I的两端）；另一方面要加快生产环节的技术创新过程，增加生产制造过程的附加值。

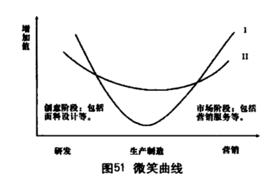


图51 微笑曲线

“微笑曲线”表明，前端的研发和设计、后端的销售和物流，依赖知识资源优势的发挥，是整个产业链中利润更高的环节，而生产制造的环节更多依靠廉价的原料资源和劳动力，利润较低。我国消费品工业企业如果仅仅局限于产品的生产制造环节，将面临产品利润越来越低的严峻压力。促使消费品工业企业从产业链低端的制造向高端的研发、设计、销售升级，鼓励企业通过自主创新、自主品牌和自主营销提升竞争力，增强企业在产业链中的地位和话语权，提高产品与服务的附加值，这是产业长远发展的战略举措。

1996年，李鹏同志在《关于国民经济和社会发展“九五”计划和2010年远景目标纲要的报告》中就提出，“从计划经济体制向社会主义市场经济体制转变，经济增长方式从粗放型向集约型转变，这是实现今后十五年奋斗目标的关键所在。”15年过去了，消费品工业转型升级，转变发展方式仍然是重要任务。《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十二个五年规划的建议》提出了“改造提升消费品工业”的战略任务。消费品工业转型升级为何如此艰巨和缓慢。究其原因，**一是制度因素。**GDP至上的政绩评价制度，地方财力与事权不匹配，使地方不顾整体利益和环境、资源约束及民生需求，走外延式扩张道路，不断地新建项目，铺摊子，搞重复建设，使中央提出的“以现有企业为依托，通过改革、改组、改造或扩建提高生产能力，就不要再铺新摊子”的方针难以落实 。**二是政策因素。**我国的产业政策与土地、环保、安全、质量、财税、标准等政策不协调，产业准入门槛低，财税政策重收入不重效益，食品药品质量和技术标准体系要求低，环保与生产安全政策宽泛，使节约资源、降低消耗、提高质量、增加效益的发展方式难以形成和发展。**三是内生动力不足。**转变经济增长方式归根到底要靠加快科技进步，提高劳动者素质。但是这一路线未很好坚持和落实。由于有源源不断的海外订单和内地廉价劳动力的供应，轻纺企业不需要科技进步、也不需要提高劳动力素质，更不需要科学管理，就能够较好地发展。外在压力和内在动力不足，转变发展方式的步伐自然缓慢或停滞不前。**四是短期效应与长期付出之间的矛盾。**转型升级是一个长期艰苦的动态过程，地方和企业都不愿意长期付出，由低成本向高附加值模式转型将是一个挑战。我国企业在与欧美企业竞争前，要力求满足四个条件：其一要真正了解客户需

求，为客户创造他们需要的价值；其二在研发、营销与品牌等方面需要更多提升；其三需要更多受过良好教育的员工；其四要将工业生产与创意性服务结合，形成解决方案。要满足上述条件，中国企业还需要一段时间，不能一蹴而就 。**五是由东部沿海地区向中西部地区转移步伐较慢。**轻纺产业转型升级的一个前提条件是产业梯度的形成和产业环境落差较小。由于东部沿海地区轻纺产业配套较完整，中西部地区劳动力供应充分，中西部地区投资环境相对欠佳，配套能力不强，产业转移成本较高，所以未形成轻纺产业沿着由东部发达地区→东部欠发达地区→周边次经济发展省份和中部省份→西部省份转移的良性格局。**六是龙头企业带动作用有限。**转变发展方式和产业升级的主体应当是企业特别是大企业，应当有一批大企业带动才能实现发展方式的根本转变。但是改革开放以来，由于国有企业改革重组过程中利用外资政策的一些失误，新中国成立以来辛辛苦苦培育起来的国有轻纺龙头企业和民族品牌基本上被外资并购殆尽。同时，由于税收制度和地方利益保护，企业跨区域并购阻力重重，多种原因致使国内消费品工业市场结构分散型特点难以根本改变，企业转变发展方式和促进产业升级的能力十分弱小。**七是政府管理缺位。**我国消费品工业的政府行业管理部门不断变动，严重地影响了消费品工业的发展方式转变。从1993年开始，我国轻纺工业管理体制就处于不断变革之中，18年来的行业管理体制变革不仅在管理人才、管理体系、管理经验等方面损失巨大，难以弥补，而且对作为经济基础的消费品工业企业的反作用巨大，使行业中存在的粗放发展等问题完全靠市场之手调节，政府之手基本上缺失。**八是服务体系弱化。**伴随着政府行业管理体系的动荡，绝大部分轻工、纺织、食品的专业性高校和科研院所逐步更名、改制，转变行业特色和服务方向，使轻工、纺织、食品等行业转变发展方式缺乏必要的科研、技术、人才的支持。如轻工行业，旧中国轻工业人才极少，新中国成立初没有一所专门培养轻工业人才的高等学校，也没有一个专门从事轻工业的科研机构。到1989年新中国成立40年时，轻工业普通高等院校15所，成人高等学校41所；普通中等专科学校94所，成人中等专科学校122所；技工学校284所，干部学校、党校36所；轻工科研机构406所 。新制度经济学的研究表明，由制度创新所致的人力资本增多可以构成一国经济增长

和外贸发展的“内生变量”。专业科教资源的削弱，正是对产业转型升级的“内生变量”的削弱。

（四）金融危机以来发达国家发展战略调整动向

世界经济发展史表明，全球性经济危机往往会成为催生重大科技创新和新兴产业崛起的动力与契机。1857年的世界经济危机引发了以电气革命为标志的第二次技术革命，1929年的世界经济危机引发了二战后以电子、航空航天和核能等技术突破为标志的第三次技术革命。2000年美国的高科技泡沫破裂后，标志着IT产业作为推动美国与世界经济增长引擎时代的结束。正是在IT产业作为经济增长引擎结束后，缺乏新的引擎产业跟进，形成产业空洞的背景下，在高科技时期形成巨额剩余的资本开始流向房地产业与金融业。由金融投资家与房地产商合谋演绎出了支撑美国经济增长的畸形引擎产业：虚拟经济。从这个角度看，这次全球性的金融危机本质上是产业周期危机，所以，应对金融危机的着力点，不仅仅是金融秩序重建，更重要的是实体产业发展动力的再造。国际金融危机的爆发，给国际经济带来重大影响，使消费品工业发展环境和形势发生了重大变化。

自国际金融危机爆发以来，发达国家相继调整发展战略。2009年9月，美国发布《美国创新战略》，推动可持续发展和高质量就业。目标包括促进其在清洁能源、汽车技术、卫生保健技术等优先领域取得突破；推动竞争市场，促进美国出口；恢复美国基础研究的国际领先地位等。2009年12月，美国又发布《重振美国制造业政策框架》，明确提出要优先支持发展高技术清洁能源产业，大力发展资本密集和高生产率的生物工程产业，保持航空产业的领导地位，振兴钢铁和汽车工业，积极培育纳米技术产业等。2009年12月，日本发布《面向光辉日本的新成长战略》，着重发展环境与能源、健康两大产业，使日本迈向低碳社会。2010年3月，欧盟委员会发布《欧盟2020战略》，重点是实现以发展知识和创新为主的智能经济；通过提高能源使用效率增强竞争力，实现可持续发展；提高就业水平，落实弹性保障制度，消除贫困，加强社会凝聚力。后金融危机时代发达国家发展的着力点在于发展智能经济、绿色经济和低碳经济。值得注意的是，发达国家已经在实施低碳经济政

策，如英国已经在流通领域的1000多种消费品中试行碳标识，下一步将根据消费品碳标识征收碳税。如果这一政策得以实施，对我国消费品进入欧洲市场将是致命打击。

我国在哥本哈根全球气候大会承诺，到2020年我国单位国内生产总值二氧化碳排放量比2005年下降40%－45%。未来10年消费品工业低碳发展已成为硬约束，不可逆转。低碳发展对我国工业化以及消费品工业转型升级形成严峻挑战。

表43 金融危机以来主要国家发展战略情况

时间	国别	战略名称	主要内容
2008年6月	印度	《气候变化国家行动方案》	强调要实施8大全国性的计划：太阳能计划、可持续生活环境计划、绿色印度计划、农业可持续发展计划等
2009年1月	韩国	《韩国新增长动力规划及发展战略》	实现外向型制造业和内需型知识服务业共同发展
2009年4月	日本	《日本未来开拓战略》	快速恢复经济并走入新的经济发展轨道
2009年7月	英国	《英国低碳转型计划》	建设更干净、更绿色、更繁荣的国家
2009年9月	美国	《美国创新战略》	推动可持续发展和高质量就业
2009年12月	美国	《重振美国制造业政策架》	大力发展资本密集和高生产率的生物工程产业
2009年12月	日本	《面向光辉日本的新成长战略》	发展环境与能源、健康两大产业
2010年3月	欧盟	《欧盟2020战略》	实现以发展知识和创新为主的智能经济

资料来源：各国政府机构网站。

（五）标准能否国际化是产业能否国际化的核心

按照国际标准化组织（ISO）的定义，标准是一系列文件化的协议，其内容包括能持续一致地用作规则、指南或特征定义的详细技术规范或其他精确的指标，以确保材料、产品、方法和服务适于它们的目的。标准化的好处在于改进产品、过程和服务的适用性，防止技术壁垒，并便利技术使用。简言之，标准是在一定范围内获得最佳秩序，经协商一致制定并由公认机构批

准，共同使用和重复使用的一种规范性准则。企业之间的竞争，既是产品的竞争，又是技术水平的竞争，更是标准之间的竞争。因此，标准能否国际化是产业能否国际化的核心所在。

1.技术性贸易壁垒。国际贸易中的技术性贸易壁垒是标准之争的极端表现。所谓技术性贸易壁垒主要指进口国为了限制进口而规定的复杂苛刻的技术标准、公证检验标准、卫生检疫规定以及有关商品包装、标签等规定。它可以表现在产品的节能环保要求，农产品的药物残留量，食品的标识、组成成分规定，烟草有机氯含量，汽油含铅量，汽车排放标准，保护臭氧层的受控物资，陶瓷产品的重金属含量，纺织品的染料指标等等非常多类别的规定中。近年来，由于欧盟和日本先后实施了新的食品安全法规标准，不断抬高番茄制品进入国际市场的门槛，虽然新疆出产世界上最好的番茄，但农药残留和霉菌超标曾是我国产番茄酱参与国际竞争落败的致命原因，这一度使陶醉在低成本优势中的我国番茄企业面临整体“下课”的危局。

2.技术标准。技术标准包括基础技术标准、产品标准、工艺标准、检测试验方法标准及安全、卫生、环保标准等。我国技术标准根据标准的性质分为强制性标准和推荐性标准两类，前者指保障人体健康，人身、财产安全的标准和法律、行政法规规定强制执行的标准，其他标准是推荐性标准。发达国家及其跨国公司重视标准，在于该标准中隐藏的诸多专利或专有技术或其他商业秘密，能控制和影响市场，如果其他企业不用它们的技术，则进入不了国际生产和消费体系。没有技术和知识产权做基础，就不能制定或参与制定行业标准或产品标准。所以技术标准，是企业技术发展的高级阶段，是企业引导市场甚至控制市场的高级阶段。我国的轻纺企业多数为贴牌代工企业，即国外消费品名牌企业将产品委托给具备生产加工能力的我国企业，按照其标准加工生产再以品牌企业的名义向市场销售。

3.社会责任管理体系标准。国际上除了设置技术（绿色）壁垒、实施反倾销手段来限制我国劳动密集型产品出口外，社会责任管理体系标准（SA8000标准）已被国际社会所广泛接受。这一标准是全球第一个可用于第三方认证的社会责任管理体系标准，它规定企业在赚取利润的同时，必

须主动承担对环境、社会和利益相关者的责任，其内容包括环境保护、公益事业、健康安全等。尽管该标准的宗旨是好的，但它却极易成为限制发展中国家劳动密集型产品出口的工具。我国出口到欧美国家的服装、玩具、鞋类等产品，均受到SA8000的约束。

4.产品质量标准。产品质量标准是产品生产、检验和评定质量的技术依据。产品质量特性一般以定量表示，例如强度、硬度、化学成分等；对于难以直接定量表示的，如舒适、灵敏、操作方便等，则通过产品和零部件的试验研究，确定若干技术参数，以间接定量反映产品质量特性。我国现行的产品质量标准，从标准的适用范围和领域来看，主要包括国际标准、国家标准、行业标准（或部颁标准）和企业标准等。国际标准是指国际标准化组织（ISO）、国际电工委员会（IEC），以及其它国际组织所制定的标准。其中ISO是目前世界上最大的国际标准化组织，它成立于1947年，到2002年它已有117个成员，包括117个国家和地区。IEC也是比较大的国际标准化组织，它主要负责电工、电子领域的标准化活动。

5.环保标准。国际金融危机以来，不少国家以环保标准为由，设置绿色壁垒。以纺织服装产品为例，下一步可能面临的绿色壁垒，主要包括：(1) 由环境法规、安全卫生标准形成的绿色壁垒。美国、日本、欧盟等发达国家和地区以保护环境、保护基本的消费者安全为由，对纺织品服装规定了各种严格的环保法规和安全卫生标准。如欧盟规定在纺织品上禁用20种致癌芳香胺为中间体的偶氮染料，或限用、禁用某些偶氮染料、石棉、镉、甲醛等化学物质等。(2) 由环境标志引起的绿色壁垒。绿色壁垒客观上是由于各国环境法规标准不一致造成的，主观上则是发达国家为了保护本国环境质量，保护本国市场，确保本国产品的市场占有份额而凭借自身的环保优势，将贸易与环境挂钩，通过使用有关环境的严格技术限制措施，使发展中国家的出口产品在范围上数量上遭受限制。而我国由于在环保资金和科技水平方面与发达国家存在巨大差距，很难在短期内达到较高的环保要求，将致使我国的纺织品服装在国际贸易中遇到越来越多的障碍。(3) 环境标志和环保法规标准的实施都涉及到检测问题，目前发达国家对进口纺织服装产品的检测手段不断改进，检测仪器设备日趋复杂化、智能化，这给发展中国家的检验

工作带来很大困难。有些检测不得不到国外去做，花费较高的费用，加大产品的出口成本。

（六）继续大力发展轻纺等劳动密集型产业

近年来有一种倾向，不顾我国国情和产业实际基础，忽视我国产业的比较优势，一味地跟踪发达国家，过度强调发展重化工业、高新技术产业、战略性新兴产业和先进制造业及服务业，有意无意地轻视劳动密集型产业发展，认为轻纺等劳动密集型产业代表落后，是夕阳产业，应逐步淘汰或转移国外。

事实上，劳动密集型产业伴随着经济社会发展的历史过程，其在经济中由主导地位向非主导地位的过渡要经历一个漫长的时期，其过渡时间的长短视各国的具体情况而定。据研究，美国以劳动密集型产业为主导的工业化阶段持续了110年，日本持续了80年，我国台湾省持续了40年。我国大陆人口是美国的4倍多，是日本的10倍多，是台湾省的60多倍，劳动密集型产业主导的工业化阶段持续时间会更长。事实上，我国广大中西部地区正处于工业化从初期向中期过渡阶段，劳动力呈典型的“无限供给”特征，劳动密集型产业对经济增长的贡献和潜能尚未完全释放出来，我国以劳动密集型产业为主导的工业化阶段还要持续相当长的时期。

我国剩余劳动力多，而资金特别是技术等要素相对稀缺，这是我国的基本国情。发展劳动密集型产业是我国国情的客观要求，是我国经济发展不可逾越的阶段。劳动密集型企业能够吸纳更多的剩余劳动力。据测算，每一单位固定资本所吸纳的劳动力数量，劳动密集型的轻纺部门是资本密集型的重工业部门的2.5倍，劳动密集型小企业是资本技术密集型大企业的10倍以上。我国一个重要的比较优势在于劳动力资源丰富，劳动密集型产品在国际市场上仍然具有优势。劳动密集型产业在我国工业化和城镇化进程中不可替代。

我国劳动密集型产业既不能走外延发展、低附加值发展的老路，也不能完全放弃所谓的低端环节，仍然需要继续发展相当一部分所谓的低端增值环节，必须坚持切入价值链中高端增值环节与继续占据价值链低端增值

环节并举的方针，重塑“中国制造”。首先，我国人均收入仍然很低，我国中低收入群体仍然占大多数，中低收入消费者仍将占世界人口的多数。对于中低收入来说，价廉物美的消费品永远受欢迎，我国不能把这个广大的市场完全放弃和转移出去。其次，我国相当长时期内仍需要上亿的就业机会，我国只有发展轻纺等劳动密集型产业，包括低端劳动密集型产业，才能增加更多的就业机会。理论与实践证明，重化工业属于资本密集型产业，其吸收劳动就业的能力很弱。马克思在《资本论》第3卷已经揭示，随着重化工业的发展，即资本有机构成的提高，资本（物化劳动）将大量替代劳动力（活劳动），将发生“机器排挤人”的结果。新中国成立后30年，我国实行的重工业优先发展战略，初步建立起了独立自主的现代工业体系，但我国劳动就业结构并没有发生根本变化，农业劳动力仍然占社会总劳动力的76.1%，农村人口仍然占社会总人口的80%[1]。其三，当前我国全力发展资本、技术密集型产业的产品出口受到严重的要素投入的约束。我国作为一个后起的发展中国家，资本、技术、人才等要素制约依然严重，发展资金、技术密集型产业仍然要经历一个较长的过程。继续发挥轻纺工业等劳动密集型产业的比较优势，可以为新兴产业、资本（或技术）密集型产业积累资金、技术、人才，培养企业家才能，从而为发展资金、技术密集型产业和促使传统的劳动密集型产业转型升级打下基础。继续发挥轻纺工业的传统比较优势有利于我国提高资源在宏观层次上的配置效率，过早地放弃传统的比较优势，只会是欲速不达。同时，还要看到，在资金技术密集型产业中，包括高新技术产业中也有劳动密集型的生产环节，在劳动密集型产业中既有劳动密集型行业也有高新技术行业。随着信息技术、生物技术、新材料技术等现代技术越来越多的渗透，劳动密集型产业的技术含量已经大幅提高并将继续提高。所以，发展技术含量较高的劳动密集型产业和生产环节是提升我国轻纺工业比较优势的努力方向。为此，要破除三种思维方式，一是认为劳动密集型产业就一定是技术落后产业，二是认为高新技术产业、战略性新兴产业、服务业可以脱离劳动密集型产业独立发展，三是认为转变发展方式、调整产业结构就是发展重化工业、高新技术产业、战略性新兴产业和服务业。

[1]乔新生 市场变动能配置人才资源吗[N].经济日报 2004-7-23。



Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

我国消费品工业发展的战略思路

五、我国消费品工业发展的战略思路

通过前面的分析，新中国成立后60年的前30年主要是建立了较完整的消费品工业体系，大部分消费品实现了从无到有的跨越；后30年主要是融入了世界消费品工业发展体系，消费品工业实现了由小国到大国的跨越。展望未来20－30年，世界经济仍将保持增长，国内经济仍处于快速增长期，内外需增长空间较大，我国消费品工业持续增长的态势仍将延续。但是，我国消费品工业转型升级的压力大、任务艰巨，可能还要经过20－30年的艰苦努力，才可能奠定消费品工业的强国地位。向强国转变是消费品工业今后20－30年的总体战略目标和战略任务。围绕这一总体目标和任务，本报告主要研究提出了未来10－20年消费品工业发展的战略定位、分阶段战略目标、重点任务和近期战略重点。

（一）未来消费品工业发展的战略定位

未来10－20年，我国工业化、城镇化将快速发展，小康社会目标将全面实现，世界上包括我国13亿人口在内的20亿至30亿人将逐步进入现代化行列，能源资源需求和生态环境压力将大幅上升，经济社会快速发展与地球有限承载能力的矛盾将日益尖锐。我国面临的能源资源和生态环境矛盾尤为突出，推动可持续发展任务尤为艰巨，迫切需要创新经济发展方式。在这个时期，**消费品工业要坚持走中国特色新型工业化道路，以科学发展为主题，以改造提升和结构调整为主线，以实现由大国向强国转变为战略任务，继续发展以轻工业和纺织工业为主的新型劳动密集型产业，巩固并提升轻工业、纺织工业的国际比较优势，大力发展以医药工业和食品工业为代表的资金、技术密集型产业，增强食品工业和医药工业的国际竞争能力**

和质量安全保障能力，不断加强并提升消费品工业在国民经济和社会发展中的基础性、战略性、民生性和支柱性产业地位，使我国轻工业、纺织工业继而食品工业和医药工业逐步位居世界领先地位。

（二）未来20年消费品工业发展战略目标

本报告主要从规模与总量、比例与结构、质量与效益、民生与可持续发展等方面提出三个阶段性发展目标。发展目标以描述性目标为主，辅以部分预测性定量目标。

1."十二五"期间发展目标。农轻重比例关系基本协调；规模以上消费品工业增加值年均增长11%左右[1]；规模以上企业就业人数占工业的比重不低于40%[2]，年均利润率超过7%[3]；轻工业、食品工业、纺织工业、医药工业研发投入强度分别达到1%、1.5%、1.5%、5%[4]；消费品工业单位增加值能耗和单位增加值用水年均分别降低4%和6%，主要污染物排放总量降低10%[5]；轻纺产品自主品牌进一步增加；部分行业位居国际产业链和价值链中端；原材料自给率和关键装备自给率进一步提高；行业集中度继续提升，形成一批具有国际影响力的大型企业，8家企业进入世界品牌500强[6]，4家企业进入世界500强[7]；一批食品药品企业符合欧美质量认证标准；轻纺产品在发达国家的市场份额得以巩固，在新兴市场的份额得以提高，"中国制造"消费品国际美誉度上升。

---

[1]近年来消费品工业在全国工业增加值中的比重在28%-29.5%之间波动；为了保持消费品工业基础性、战略性、民生性、支柱性产业的地位，其产业整体占全国工业增加值的比重未来5到10年应该维持在33%左右。由于消费品工业整体历史数据统计口径的问题，我们采用工业整体的历史数据，依照ARMA模型预测出2015以及2020年的工业增加值，用相应的比例倒推消费品工业增加值应达到的速率，并进行修正。

[2]2008、2009年数据分别为：41.7%和39.8%。

[3]2009年为5.48%。

[4]2007年轻工业平均为0.5%，食品工业为0.75%，纺织工业为1%，医药工业为2.88%。

[5]参照《轻工业调整和振兴规划》和《纺织工业调整和振兴规划》。

[6]2010年，由世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的2009年度"世界著名品牌500强"，我国与消费品工业相关的有4个品牌，即中粮集团、海尔集团、美的集团、魏桥创业集团。

[7]《福布斯》2010年公布的全球500强企业中我国有1家消费品企业入围，即中粮集团。

2.2020年发展目标。到2020年，农轻重的比例关系整体协调；东中西部地区产业协调发展格局基本形成；规模以上消费品工业增加值年均增长10%左右，销售收入占全球比重居各国之首。生物医药、农副产品精深加工、产业用纺织品、纺织新材料、高档消费品的比重持续提升；一大批食品药品企业采用国际质量标准体系，食品药品出口竞争力持续增强，产业规模均居世界前列；“中国制造”消费品占世界的总份额大幅提升；消费品工业增加值在国内生产总值中的比重有所提升；轻纺工业基本实现从代工贴牌生产的价值链低端向研发、设计、营销、服务等价值链中高端的转型；部分轻纺行业拥有一定国际定价权、产业链价值分配权、原料供应主导权及国际贸易规则谈判主动权、营销渠道影响力；行业集中度进一步提高，拥有一批具备自主品牌和国际竞争力的大企业，8家企业进入世界500强，10家企业进入世界品牌500强；大型轻工和纺织企业研发强度达5%左右，大型医药和食品企业研发强度超过10%；专用装备普及率和关键装备自给率进一步提高；我国轻纺工业标准的国际采标率大幅上升；消费品工业单位增加值能耗和单位增加值用水及主要污染物排放总量达到国家要求，低碳绿色发展模式初步形成；结构优化、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳就业能力强的现代消费品工业体系基本建成。

3.2030年发展目标。农轻重的比例关系进一步紧密协调发展；东中西部地区产业链布局基本优化；消费、出口、投资协调拉动消费工业发展；消费品工业创新化、绿色化、智能化、服务化发展模式基本形成；消费品跨国企业数量和国际品牌数量位居世界各国前列；产业链和价值链中高端产品生产企业主导国内消费品工业；食品药品企业普遍采用国际质量标准体系；消费品生产企业在国际标准制定、国际贸易规则谈判、主要消费品价格形成、大宗原材料供应、国际营销渠道等方面具有较大的话语权和影响力；消费品工业初步奠定强国地位。

（三）未来消费品工业发展的战略任务

实现未来10–20年消费品工业发展目标，要坚持“四个优先”，加快“四个协调优化”，发展“四大体系”，促进“六个重大转变”，完成“四个提升”。

1.坚持“四个优先”，加快“四个协调优化”

(1) 坚持优先发展农副产品精深加工业，加快协调和优化农业和消费品工业的关系，促进消费品工业结构调整和农业结构调整，加快工业化、城镇化和农业现代化步伐。

(2) 坚持优先普及和发展专用装备制造业，加快协调和优化消费品工业和重工业的关系，调整重工业的服务方向，支持消费品工业普及先进适用专用装备，提高关键核心装备自给率，满足广大中小消费品生产企业装备改造更新的需要，促进消费品质量提升与质量安全。

(3) 坚持优先发展生产性服务业，加快协调和优化消费品工业与服务业的关系，促进消费品工业与工业设计、原材料保障与供应、品牌营销、商贸物流、研发外包、金融服务、资本运作等服务业相融合，加快消费品制造业服务化转型，提升消费品工业层次。

(4) 优先培育和提升劳动者素质，加快协调和优化消费品工业与教育界、劳动界、工会的关系，把培养企业家能力和提高劳动力素质作为消费品工业转型升级的内生动力，促进轻纺工业向以劳动者素质提高为基础的新型劳动密集型产业转变。

2.发展“四大体系”

(1) 积极发展原材料保障体系。密切农副产品加工企业与农业组织、农户的利益关系，妥善处理大宗农副产品进口与大宗农副产品自给间的关系，正确处理分散的农业原料生产与规模化、标准化的农业原料需求间的矛盾，增强消费品工业带动国内农副产品规模化、标准化、高质量、高效益生产的能力，提高消费品工业在国际市场配置农副产品资源的水平，建立稳定可靠的轻工、纺织、食品、医药工业原材料保障体系。

(2) 积极发展国际网络营销体系。密切大中型消费品生产企业与大型商业企业的利益关系，促进大中型工商企业联合，通过并购、协作等方式，发展自主或具有我方影响力、控制力的现代国际网络营销体系，推动生产加工环节与品牌营销等环节融合，促进价值链环节的上移。大力应用信息技术促进营销网络体系的建设和完善，全方位开拓市场。

(3) 积极发展完善的质量管理体系。借鉴我国率先在中心城市强制执行发达国家汽车排放标准的发展经验，在中心城市食品药品行业率先强制推行国际先进的质量标准、企业诚信体系、社会责任管理体系以及环保标准体系，带动和促进食品药品工业转变发展方式，坚持走“前三十年看着跑，‘十二五、十三五’时期跟着跑，‘十四五、十六五’时期齐步跑，‘十七五’以后领先跑”的质量管理国际化发展路线。

(4) 积极发展完善的创新服务体系。进一步发展消费品工业领域的高等院校或学科专业以及科研机构，发展以大中型企业为主体的产、学、研相结合的创新体系，以及面向中小企业的公共创新服务体系，鼓励发展药品食品研发外包业务，以及轻纺产品工业设计与创意服务外包业务。

3.促进“六个重大转变”

(1) 促进消费品工业从传统支柱产业向关系国计民生的基础性、战略性产业转变。新中国成立60年来，消费品工业已经完成了从无到有、由小到大的转变，已经发展成为国民经济的支柱产业，今后几十年，我国消费品工业要以国内13亿人口不断增长的消费需求为导向，保障轻纺产品的有效供给和安全供给，保障食品药品的供应安全和质量安全。

(2) 促进消费品工业从产业链完整向价值链完整转变。新中国成立60年来，消费品工业各行业建立起了完整的产业体系，实现了产业链条的健全完整，今后几十年，我国消费品工业要以完善价值链为重点任务，积极从生产环节向研发、设计和产品销售、品牌营销等价值链两端发展，保障价值链的上移、完整、可控和自主。

(3) 促进消费品工业从依靠廉价劳动力投入带动向主要依靠自主创新、管理创新和劳动者素质提高协同带动转变。新中国成立60年来，消费品工业特别是轻纺工业主要依靠劳动力成本优势，基本实现了由小到大的转变，今后几十年，我国消费品工业要继续充分开发和发挥人力资源庞大的优势，以发展都市型产业为依托，在中心城市大力发展产品研发、工业设计、文化和时尚创意以及品牌营销等环节，逐步把中心城市的研发型创意型服务型都市产业与主要分散在县域的轻纺产业集群密切结合起来，发展并融合“中国

制造”与“中国设计”；要加快中小企业现代企业制度建设步伐，完善公司治理结构，运用现代信息技术并吸收先进管理经验，不断提升企业管理和科学决策水平，提高核心竞争能力。

(4) 促进消费品工业从出口拉动到出口与消费、外需与内需协调拉动转变。改革开放30年来，由于我国人口总量大，人均GDP增长较慢，城乡人均消费水平低，贫困人口和低收入人口数量庞大，消费层次较低，内需不足，轻纺工业主要依靠出口和外需拉动实现了由小向大的转变。今后几十年，我国消费品工业要适应小康社会建设进程和城乡消费结构多样化以及消费水平不断提高、消费层次不断上移的趋势，在满足内需方面要以满足庞大中低端消费者的需求为主，兼顾高收入阶层的高端消费品需求，不断增加有效供给，实现消费品工业以内需拉动为主、内外需协同拉动的发展格局。

(5) 促进消费品工业从集中于东部向东中西区域协调发展转变。改革开放30年来，由于区位优势，东部成为了我国消费品工业的主要聚集地，目前东部地区面临产业升级、资源紧缺、劳动力成本上升等因素制约，而中部和西部地区资源丰富、劳动力充足、市场广阔，承接产业转移的优势明显。今后几十年，要继续利用东部的区位和人才、科技等优势，促进东部消费品工业研发设计部门与生产制造部门逐步分离，促进生产制造环节逐步转移至中西部；东部重点发展技术型、研发型、创意型和服务型消费品工业；西部重点发展劳动力密集型、精深加工型和特色型产业，形成产业链东部与中西部合理分布、错位布局、优势互补、协调发展的格局。

(6) 促进消费品工业从高排放高污染的粗放型模式向低碳环保的集约型模式转变。改革开放30年来，我国消费品工业建立了依靠投资和廉价劳动力及土地等要素的以粗放发展、外延发展为特点的工业体系，但这种发展模式难以为继。今后几十年，消费品工业要坚持走绿色发展、低碳发展道路，通过不断地进行技术改造和更新设备、工艺及加强废旧资源回收利用，实现内涵式发展和可持续性发展。

4.完成“四个提升”

(1) 完成对传统轻纺行业的提升。要把大公司大集团作为轻纺传统行业提升的主要依托。实行有效的兼并重组措施，防止跨国公司对国内优质企业的恶意收购和产业控制，发展一批行业性大公司大集团，促进行业性中小企业与大公司大集团协作、合作。

(2) 完成对产业集群的提升。要促进中心城市都市型产业与县域产业集群间的协调发展和优势互补，发挥龙头企业对产业集群的引领和带动作用。

(3) 完成对产品质量的提升。要把大公司大集团作为产品质量安全的主要保障。严格执行产品质量安全相关法规和质量标准体系，支持中小企业普及价廉物美的生产装备，鼓励大企业与中小企业及农副产品生产者建立生产和服务协作体系。

(4) 完成对行业效益的提升。要在巩固消费品生产制造优势地位的同时，积极替代发达国家发展消费品研发、设计和营销环节，促进生产制造环节与研发、设计、营销环节的融合发展。

(四) 未来消费品工业的发展重点

1.轻工业

推动产业结构调整。鼓励具有资源优势、配套条件、经营环境的地区，积极承接产业转移，着力培育发展轻工业特色区域和产业集群。推动家电、制革和制鞋、陶瓷和造纸等行业逐步由珠三角地区、长三角地区和环渤海等产区向中西部地区转移。推进造纸、皮革、日化等行业的淘汰落后和节能减排，逐步推行低碳发展模式。鼓励家用电器、造纸、照明电器、缝制机械、皮革、五金制品、家具等行业企业兼并重组，适度提高行业集中度，培育一批具有国际竞争力的大型企业和一批具有核心技术的“小巨人”企业。

扩大国内消费。丰富产品花色品种，开发、生产满足多层次消费需求的产品，增加有效供给。适应消费升级需要，开发个性化的文化体育用品、高档消费品及旅游休闲特色产品。积极发展少数民族特需用品。借鉴“家电下乡”经验，促进其他轻工产品下乡。规范发展专业市场建设，扩大轻工产品销

售的覆盖面。促进工商企业开展深度合作，建立完善的营销网络体系。

稳定和开拓国际市场。实施多元化出口战略，巩固美、欧、日等传统国际市场份额，积极开拓中东、俄罗斯、非洲、北欧、东南亚、西亚等新兴市场。支持品牌企业通过股权参与、品牌收购、营销网络建设、研发中心建立等方式“走出去”，在主销市场发展物流中心和分销中心。在境外建立经贸合作区，发展外贸专业市场、边境贸易专业市场及原材料基地；在中东、北欧、俄罗斯等有条件的地区组建中国轻工产品贸易中心。

增强自主创新能力。加快技术改造步伐，促进信息技术应用，提升家电、自行车、缝纫机械、五金制品、电池、轻工装备、轻工模具、香精化妆品等行业的创新能力。推进关键技术研发与产业化，促进专用设备创新与产业化。大力发展新型节能光源、新能源电池。发展重点行业公共技术创新服务平台。扶持家电、电池、皮革行业国家工程技术研究中心和造纸、皮革技术创新联盟。

加强自主品牌建设。支持优势品牌企业跨地区兼并重组，提高产业集中度，增强品牌企业市场控制力；引导企业开拓国际市场，提升品牌国际知名度和竞争力。完善认证和检测制度，促进检测、认证结果的国际互认，加强行业标准建设。大力保护自主品牌，依法对跨国公司并购我国知名品牌企业进行审查，增强企业和全社会保护自主品牌的意识和责任感。

2.纺织工业

加快结构调整。加快化纤、棉纺、纺织机械、服装、家纺等行业转型升级。以用立业，大力发展产业用纺织品；中心城市大力发展以研发设计、时尚创意和品牌营销为主的都市型产业；促进产业集群提升素质；东部地区要发挥市场、人才、资金、信息等优势，发展产业链高端环节；中西部地区要发挥资源优势，完善配套条件和软环境，积极承接产业转移；鼓励大型纺织企业统筹国内、国外两个市场、两种资源，增强纺织原料的保障能力。

加强自主创新。鼓励大型纺织企业加强自主研发，积极引进消化吸收国外先进技术，提高纺织装备智能化、自主化水平。扩大高技术、高性能、差别化纤维以及非棉天然纤维的应用，推进纺织品的功能化和智能化。促进

纤维制品的循环利用。培养企业家队伍，鼓励企业加强企业管理和现代企业制度及人才队伍建设，增强内生发展动力。

实施品牌战略。积极发展纺织服装自主品牌，带动产业升级。大力发展设计创意中心、技术研发中心、品牌推广中心，积极培育具有国际影响力的自主知名品牌。支持优势品牌企业跨地区跨国兼并重组，加强产业的国际整合，发展一批跨国品牌企业。加快现代流通服务体系和信息网络平台建设，加强营销渠道的建设和创新。

3.食品工业

加快结构调整。积极推进食品工业企业诚信体系建设，推行发达国家食品质量管理标准，大力提高食品质量安全保障能力。积极发展市场潜力大、科技含量高、附加值高、优质、营养、健康的精深加工食品。提升传统食品工业的规模化、规范化水平，形成一批有一定规模、具有先进制造水平、能耗低、效益好的食品骨干企业。以原料、市场、技术和资本优势为纽带，促进传统食品工业集群发展，提升我国食品工业国际竞争力。

发展食品工业全产业链。以龙头企业为核心，发展从原料、流通、生产、仓储到物流的完整、安全的食品工业产业链。完善食品科技创新服务体系，加快创新发展食品加工工艺和专用设备。大力推进节能降耗、减排治污，加快发展绿色食品工业。促进食物资源高效利用和经济循环。

4.医药工业

提升产业结构。稳步推进国家药品质量标准提升和质量管理规范升级，加强药品生产企业诚信体系建设。加大产业资源整合力度，培育具有国际竞争力的大型医药集团。鼓励大中小企业的产学研分工协作，形成优势互补的产业格局。发展一批管理规范、环境友好、特色突出、产业关联度高、专业配套齐全的医药产业集聚区，发挥综合性医药生产基地的带动作用。积极发展国际医药研发和生产外包业务，巩固出口主导药品的国际市场地位。

发展医药创新体系。加大政策支持和知识产权保护力度，增加企业创新投入，提高企业自主创新能力，逐步实现从仿制为主向仿创结合、创新为主的转变。大力发展生物医药关键技术，加快现代生物技术在医药领域的应

用。提高化学新药发展水平，巩固和提升我国化学原料药国际竞争优势。完善中药标准，大力发展现代中药。加大药物制剂开发，提高药物制剂国际市场份额。应用现代先进技术，加快常规医疗器械国产化和规模化步伐。



Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

我国消费品工业发展的战略行动计划

六、我国消费品工业发展的战略行动计划

结合消费品工业发展战略任务，按照重要性原则，应优先制定和实施以下战略行动计划。

（一）大企业培育计划

针对消费品工业各行业特点制定针对性的兼并重组政策，逐步清除阻碍企业兼并重组的体制性和机制性障碍，营造与欧美国家相当的消费品工业产业资本快速集中发展的良好环境。促进研发、品牌、技术、渠道、制造等资源向轻纺品牌企业和优势食药企业集中，显著提高行业规模经济水平，使医药、食品、家电、造纸、日用消费品等行业的产业集中度（CR8）逐步接近或达到产业市场结构一般集中型的最低指标40%，根本改变产业结构的分散型特点。

（二）价值倍增计划

在比较优势较强的纺织工业和部分轻工行业，鼓励优强企业整合价值链各环节资源，促进价值链整体由低端向中高端上移，力争行业附加值在目前基础上平均每五年增加一倍左右。实行严格的专利和知识产权保护制度，鼓励轻纺企业自主创新和创意发展。采取强制措施，规范消费品流通秩序，促进大型商超等流通企业对国内外消费品品牌实行相同待遇、相同标准，消除外资品牌的超国民待遇；深化医药卫生体制改革，促进用药机构按照同质同价、优质优价的原则对医药产品执行相同价格政策，消除外资药品在流通环节的特殊待遇。

（三）品牌大众化计划

引导和鼓励消费品品牌企业以中低收入者消费需求为导向，以发展大众化品牌为主要价值取向，走大众品牌发展路线。消费品品牌发展要符合我国国情，加强产品创新和质量安全，制定对大众消费者具有亲和力的价格，注重市场开发和渠道建设，维护品牌形象，巩固和提升消费者对大众品牌的美誉度和忠诚度，逐步提升市场的影响力。

（四）内生发展计划

要把增强内生动力作为提升轻纺行业比较优势的根本。通过再教育、专业培训、经验交流等形式，不断提高企业家的经营管理水平和广大中小企业主素质，大力提高企业中高层管理者的经营能力和广大职工的技能。通过大规模地普及和应用信息技术，促进信息化与工业化深度融合，不断提升企业管理水平。加强中心城市的人才、技术、资金优势与县域产业集群的生产加工优势的融合发展，促进东部地区的制造优势与中西部地区的劳动力和资源优势的协作发展。

（五）质量规范国际化计划

要把消费品质量规范国际化作为消费品工业健康发展的强制性约束力量。把以人为本的民生原则与促进发展方式转变密切结合起来，按照中心城市率先、广大城乡逐步到位的原则，强制推行发达国家食品药品质量管理标准、社会责任体系和环保标准，逐步消除国内和国外两个市场、两种产品质量规范的现象，促进消费品工业企业加快转型升级、行业集中、绿色发展和国际化步伐。

（六）专用装备更新计划

装备更新是产业升级的物质基础。将保障质量安全与促进产业升级相结合，按照食品药品行业先行、轻纺行业稳步推进的原则，综合实行消费型增值税、加速折旧、优惠贷款、财政贴息、自主创新、技术改造等政策，持续

地大规模地更新消费品工业领域中小企业各类专用装备，基本改变中小消费品生产企业专用装备落后国外10—40年的状况。扶持核心关键专用装备的自主开发和应用，突破发达国家的垄断。

（七）低碳发展计划

低碳发展是消费品工业实现科学发展的必由之路，是消费品工业转变发展方式和应对严峻国际挑战的必须选择。目前我国与发达国家相比，行动已经慢半拍。要警惕在低碳发展时代我国再次被边沿化和低端锁定，特别要警惕我国60年来努力形成的具有国际比较优势的轻纺产业将被拒于欧美市场大门之外。因此，再已慢不得、等不起了。要跟踪研究和借鉴欧美低碳消费和低碳发展的理念和政策措施，优先引导外向型消费品生产企业试行碳标识制度、熟悉欧美碳税、碳排放权交易、碳金融、碳服务等政策法规，积极研究制定国内消费品工业低碳发展政策措施，争取在低碳发展政策和行动上与欧美国家的差距缩小在五年以内。

（八）原材料保障计划

原材料是消费品工业发展的生命。消费品工业的大部分原材料（约70%）来自于农业，小部分材料（约30%）来自于重化工业。原材料能否持续、稳定、安全和规模化、标准化供应，关系到消费品工业能否提高竞争力、能否实现由大变强。原材料的国际争夺将日益激烈。要从消费品工业长远发展要求出发，协调农轻重的关系，统筹国内市场供应与国际市场供应的关系，把原材料的保障提高到消费品工业发展的战略高度。要通过推进改革，完善公司加农户等方式，大力促进农副产品的标准化、规模化生产、包装和运输，提高并保障其品质；要鼓励企业“走出去”，以投资、合作等多种形式建立稳定可靠的原材料海外供应基地；要通过加强企业间合资合作等形式，强化重化工业为消费品工业服务的方向，提高其原辅料产品质量。

Study on Consumer Goods Industry Development Strategy

促进我国消费品工业发展的政策措施

七、促进我国消费品工业发展的政策措施

为了保持我国消费品工业发展的协调性和连续性，顺利部署我国消费品工业发展的战略任务和行动计划，提出以下政策措施建议。

（一）推进相关法制建设

协调产品质量、清洁生产、环保、安全生产、反垄断和反不正当竞争、标准、知识产权、就业和劳动保障等方面的法律法规，有序推进相关法律法规制定、修改、废止工作，创造消费品工业健康发展的良好法制环境。根据消费需求发展和居民健康保健的需要，借鉴国外经验，完善消费品领域的法律法规。加强消费品领域法制建设的国际交流与合作，积极参与相关国际规则的研究和制定，促进消费品工业“走出去”。

（二）深化和完善相关体制改革

根据“目标明确、职责明晰、分工合理、协同推进”的要求，探索建立适应消费品工业转变发展方式的的部门协调体制和区域协调机制。推进有利于投资和消费协调发展的经济体制改革。完善轻工、纺织、食品、医药等行业市场准入和退出机制。推进有利于医药双方、内外资制药企业公平竞争的医药卫生体制改革。规范法人治理结构，促进信息技术应用，推进管理创新，提升企业管理水平。

探索消费品原料供应、生产、流通、消费各环节协调统一的监管制度。积极建立和完善消费品低碳发展的体制机制。推进烟草、食盐等行业的改革和发展，依法防范食品药品行业不正当竞争。

调整收入分配政策，努力增加居民尤其中低收入群体的收入，增强居民

的消费能力。建立健全符合我国国情的社会保障制度，构建覆盖城乡贫困人口的全国统一的社会救助制度，将社会保障制度覆盖到全体社会成员，稳定消费预期。

（三）完善发展战略研究和政策体系

要把消费品工业作为促进工业与农业协调发展、促进一、二、三产业协调发展、促进东中西部地区协调发展、促进城乡协调发展的重要力量，发挥消费品工业在推进工业化、城市化以及国际化进程中的重要作用，紧密跟踪全球消费品工业发展进程和消费结构变动趋势，适应转变发展方式和产业结构调整的需要，持续深化消费品工业发展战略研究，动态调整消费品工业发展目标和战略重点。

要把转变发展方式作为修订和完善各类消费品工业产业政策的主线，围绕实现创新发展、绿色发展、智能发展和安全发展，研究制定并实施“十个重点支持”政策（即重点支持轻纺工业发展自主品牌，重点支持食品药品企业建立诚信体系，重点支持轻纺工业梯度转移，重点支持食品药品企业适用发达国家质量标准，重点支持食品药品生产企业兼并重组，重点支持发展农副产品深加工业，重点支持消费品生产企业技术装备更新，重点支持轻纺企业吸纳就业和提升管理者素质，重点支持发展节能环保型消费品，重点支持原材料安全供应保障），巩固和提升消费品工业比较优势，提高消费品工业的整体竞争力。

（四）完善相关财税金融政策

根据深化投资体制改革和金融体制改革的要求，完善包括消费品工业在内的工业固定资产投融资政策，进一步鼓励非国有资本参与消费品工业发展。动态调整轻工、纺织、食品、医药工业“鼓励、限制、淘汰”类产品目录，切实发挥产业政策对消费品工业的引导作用。培育和发展消费品工业领域专用技术装备转让交易市场和大宗农副产品期货交易市场。建立医药行业风险投资体系，鼓励发展医药外包。

加大财政资金引导力度，支持建立以企业为主体、市场为导向、产学研

相结合的产业技术创新体系，扶持公共信息服务平台以及技术、成果转移平台的建设，鼓励企业建立技术中心或研发设计中心，支持先进技术成果转化和新技术、新工艺推广应用。完善对轻纺劳动密集型产业的扶持政策，减轻劳动密集型企业的税费负担。加大对农副产品精深加工企业的政策支持力度。完善药品食品等应急消费物资政府采购、储备政策。调整和完善消费税，将普通消费品逐步从税目中剔除，将一些高档消费品、资源消耗品、不利于环保的产品纳入消费税征税范围。大力支持消费品工业企业技术改造和自主创新。

（五）加强标准和知识产权工作

制定消费品工业标准化发展规划，积极引导消费品工业企业采用国际标准和国内外先进标准；加快消费品工业各行业产品技术标准制修订以及“超龄”标准的复审修订；制定产业用纺织品标准和规范；积极参与相关国际标准制订工作；大力发展标准化专业人才队伍和专业咨询服务机构；加强标准论证、检验方法研究、检验程序等工作；促进标准检验市场的监管，进一步规范消费品检（监）测机构的发展；依法保护消费品设计、产品商标、商业秘密、核心技术、食药配方等自主知识产权，促进自主创新。

（六）加强国际交流与合作

密切关注发达国家低碳发展、智能发展、再工业化、健康产业发展等动向，建立消费品工业安全发展、低碳发展的国际交流合作机制。坚持平等合作、互利共赢的原则，积极参与多边、双边关税谈判，大力促进多边、双边合作，积极推进我国与东盟等自由贸易区发展。研究我国消费品工业国际化的新情况和新需要，统筹扩大内需与“走出去”，切实加强人才培养、质量管理、绿色发展、国际规则、产业标准、原材料基地建设等领域的交流与合作，支持轻纺行业提高国际市场的营销水平和市场控制力。

参考文献

[1]《轻工业调整和振兴规划》（国发〔2009〕15号）

[2]《纺织工业调整和振兴规划》（国发〔2009〕10号）

[3]《纺织工业“十一五”发展纲要》（发改工业〔2006〕1072号）

[4]《食品工业“十一五”发展纲要》（发改工业〔2006〕2240号）

[5] 国家统计局．中国统计年鉴（2009）．北京：中国统计出版社，2009.

[6] 国家统计局．中国工业经济统计年鉴（1986～2009）．北京：中国统计出版社，2009.

[7] 中国轻工业联合会．中国轻工业改革开放30周年文图资料特辑．北京：年鉴社，2008.

[8] 中国纺织工业协会．2007～2008年中国纺织工业发展报告．北京：中国纺织工业出版社，2008.

[9] 中国纺织工业协会．2009～2010年中国纺织工业发展报告．北京：中国纺织工业出版社，2009.

[10] 工业和信息化部消费品工业司．消费品工业轻纺行业质量调研报告（内部资料），2009.

[11] 中国国际贸易促进会意大利代表处．意大利纺织行业调研报告（http://www.ccpit.org/Contents/Channel_2632/），2010.

[12] 中国皮革工业信息中心．世界国家皮革工业发展状况分析（http://www.furscity.com/fur/info/detail/），2006.

[13] 刘铁男，马晓河．我国食品工业发展战略研究．北京：中国计划出版社，2008.

[14] 中国医药企业管理协会．中国医药产业发展报告（1949～2009）．北京：化学工业出版社，2009.

[15] 吴敬琏．中国增长模式抉择．上海：远东出版社，2009．

[16] 陈文玲．思维的足迹——中国经济社会前沿报告（下）．北京：经济科学出版社，2006．

[17] 金碚．中国工业发展报告（2008版、2009版）．北京：经济管理出版社．

[18] 工业和信息化部消费品工业司．消费品工业文件汇编（上、下）（内部资料）

[19] 工业和信息化部政策法规司．中国工业总体情况（内部资料）．

[20] 郭树言，欧新黔．推动中国产业结构战略性调整与优化升级探索．北京：经济管理出版社，2008．

[21] 顾强．中国产业集群．北京：机械工业出版社，2008．

[22] 冯飞．迈向工业大国：30年工业改革与发展回顾．北京：中国发展出版社，2008．

[23] 吕政．国际产业转移与中国制造业发展．北京：经济管理出版社，2006．

[24] 陈文敬，李钢．振兴之路——中国对外开放30年．北京：中国经济出版社，2008．

[25] 陈新，从国滋．中国轻工业四十年．北京：中国轻工业年鉴社，1990．

[26] 王喆．中国农产品加工新实践．北京：中国农业科学技术出版社，2006．

[27] 郭吴新等．90年代美国经济．山西：山西出版社，2001．

[28] 中国轻工业联合会．优化政策环境 促进轻工业发展（http://china.nowec.com），2009．

[29] 王毅之．当代中国的轻工业．北京：中国社会科学出版社，1985．

[30] 叶连松．新型工业化与制造业发展．北京：中国经济出版社，2009．

[31] 张文忠．产业发展和规划的理论与实践．北京：科学出版社，2009．

[32] 李创．中国纺织产业国际竞争力．北京：中国轻工业出版社，2007．

[33] 中国互联网络信息中心．2009年中国网络购物市场研究报告（http://www.cnnic.net.cn/），2009．

[34] 狄维瑞，丁颖．2009年度中国消费者调查报告．麦肯锡咨询公司，2009．

[35] 黄孟复．中国民营经济发展报告（2007～2008）．北京：社会科学文献出版社，2008.

[36] 尹绢瑞．工业经济学．黑龙江：哈尔滨工业大学出版社，1991（2）.

[37] 樊纲．后危机时代世界经济格局变化趋势（http://www.sina.com.cn），2009.

[38] 谢琦．论需求结构与经济增长模式的转型．商业时代，2008年第19期

[39] 陈树津．内需市场是行业发展第一驱动力．第一纺织网，2009.

[40] 杜钰洲．产业升级——中国纺织工业发展的总趋势．中纺网，2007.

[41] 郝杰．棉纺行业：以调整和创新应对危机．中国工业报，2009.

[42] 梁达．关注新形势下的农村市场与农民消费．中国金融，2009年第7期.

[43] 赵明辉．消费特征变化引领消费品市场发展新格局．消费经济，2004年第4期.

[44] 中国建筑装饰协会．品牌联盟与渠道异化（http://www.ccd.com.cn），2008.

[45] 高觉民．消费需求结构升级与经济结构转换．消费经济，1999.

[46] 王建．中国须尽快转入城市化调整轨道．中国宏观经济信息网，2009.

[47] 张建平．世界不同国家消费模式比较．中国党政干部论坛，2009.

[48] 中国轻工业联合会．世界轻工产业发展现状（http://acs.mofcom.gov.cn/），2007.

[49] 美110年居全球制造业榜首 2011中国或超越（http://www.indaa.com.cn），2010.

[50] 制造业产能过剩引爆变局 中印引领新格局．环球时报，2009-5-25.

[51] 美国应接受中国劳动力价格上升．联合早报，2010-6-22.

[52] 美国在制造业上击败中国．福布斯网站，2007-10-30.

[53] 凌锋．全球制造业格局再度生变：中国面临替代危机．IT时代周刊，2010-1-27.

[54] 董文海．全球造纸工业发展趋势分析与研究．造纸信息，2010年第3期.

[55] 孙炳辉，寅达．德国史纲．上海：华东师范大学出版社，1995．

[56] 杨大庆，谭风其，舒纪铭．先进制造业的发展经验及其借鉴．北方经济，2006年第4期．

[57] 杨舒杰，陈晶．美国医药物流对我国的启示．中国药业，2007年第20期．

[58] 乔新生．市场变动能配置人才资源吗．经济日报，2004-7-23．

[59] 朱苏，聂乜．论中国经济结构演变的动因及其趋势．经济视角·下半月，2010第2期．

[60] 周正祥．消费品市场的发展趋势展望．全球品牌网，2009．

[61] 刘行．创造消费是轻工行业走出困境的有效途径．中国轻工业网，2009．

[62] 李士忠．全球价值链与发展中国家产业集群外生风险．现代经济．2009年第4期．

[63] 谢志强，吕鹏．先富群体的成长规律与趋势．人民网，2010．

[64] 孙磊，江洪民．美国纺织服装业的现状和发展思路分析．黑龙江对外经贸．2007年第11期．

[65] 全毅，高丽洪．金融危机对中国外经贸的影响及启示．中国改革国际论坛论文集，2009．

[66] 戚海军．快速消费品渠道借鉴．中国计算机报．2006年第6期．

[67] 湖北省统计局．改革开放30年湖北消费品市场繁荣兴旺，2009．

[68] 中西部产业承接期待“反梯度转移．中国服装网，2007．

[69] 吴永和．我国轻工业的调整与振兴（上、下）．中国经济时报，2009年第7期．

[70] 王旭磊．我国玩具企业应对金融危机的对策思考．对外开放和贸易，2009年第8期．

[71] 马广奇，张林云．新形势下西部轻工业发展战略的思考．天府新论，2007年第6期．

[72] 黄本笑，骆琴．制造业产业集群发展的特点和趋势．科技与管理，2005年第2期．

[73] 李生校，王华锋．深度一体化——绍兴轻纺产业集群升级路径．浙江经

济，2007年第6期.

[74] 科技部农村司，社发司，高新司．轻工业：技术进步是前提，质量安全作保障．经济日报，2009.

[75] 傅云威．后危机时代——中国面临的新格局与新机遇．经济参考报，2009年第11期.

[76] 陈聪，才亚丽．我国人口年龄结构变动对消费结构的影响及对策研究．现代商贸工业，2008年第12期.

[77] 王智勇．老龄化之后的中国经济增长．中国财经报．2007年第5期.

[78] 许正中．社会转型呼唤新型商业模式（http://www.jrj.com），2008.

[79] 刘强．人均GDP1000～3000美元阶段宏观分配关系的国际比较．经济研究参考，2005.

[80] 张庭宾．2010～2014：全球危机与中国变革．第一财经日报，2010.

[81] 肖元真．全球金融危机对我国经济发展的若干影响和防范策略．国研网，2009.

[82] 宋跃征．解析社会消费品零售总额持续稳定增长（http://www.stats.gov.cn/），2009.